HUBUNGAN ANTARA PERILAKU MENGKONSUMSI *JUNK FOOD* DENGAN HARGA DIRI REMAJA

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Psikologi Dan Ilmu Sosial Budaya
Program Studi Psikologi Universitas Islam Indonesia
Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-syarat Guna Memperoleh
Derajat Sarjana S1 Psikologi

Oleh :

YOANITA KRESNA

03 320 039

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI

FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2010

HALAMAN PENGESAHAN

HUBUNGAN ANTARA PERILAKU MENGKONSUMSI *JUNK FOOD* DENGAN HARGA DIRI REMAJA

Dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi Program Studi Psikologi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-syarat Guna memperoleh

Derajat Sarjana S-1 Psikologi

Pada Tanggal

10 MAY 2010

Oleh :

Yoanita Kresna

03 320 039

Mengesahkan,

Program Studi Psikologi

Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia

Ketua Prodi

Sus Budiharto, S.Psi.,M.Si.,Psi.

Dewan Penguji	Tanda Tangan
1. Sonny Andrianto, S.Psi., M.Si.	
2. Muh. Bachtiar, Drs. H.,MM	
3. Thobagus Muh. Nu'man, S.Psi.,Psi	

PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Yang bertandatangan di bawah ini, saya :

Nama : Yoanita Kresna

No. Mahasiswa : 03 320 039

Program Studi : Psikologi

Judul Skripsi : Hubungan Antara Perilaku Mengkonsumsi *Junk Food* dengan Harga Diri Remaja

Melalui surat ini, saya menyatakan bahwa :

1. Selama melakukan penelitian dan pembuatan laporan penelitian skripsi saya tidak melakukan tindak pelanggaran etika akademik dalam bentuk apapun, seperti penjiplakan, pembuatan skripsi oleh orang lain, atau pelanggaran lain yang bertentangan dengan etika akademik yang dijunjung tinggi Universitas Islam Indonesia. Karena itu, skripsi yang saya buat merupakan karya ilmiah saya sebagai penulis, bukan karya jiplakan atau karya orang lain.
2. Apabila dalam ujian skripsi saya terbukti melanggar etika akademik, maka saya siap menerima sanksi sebagaimana aturan yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.
3. Apabila di kemudian hari, setelah saya lulus dari Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia ditemukan bukti secara meyakinkan bahwa skripsi ini adalah karya jiplakan atau karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang ditetapkan Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, Juni 2010

Yang menyatakan



Yoanita Kresna

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala Puji bagi Allah SWT, atas rahmat-Nya, cinta dan kasih sayang-Nya

Karya sederhana ini dapat terselesaikan

Terima kasih untuk segala bentuk cinta, kasih sayang, perhatian, pengertian,

doa, dan dukungan dari orang-orang terpenting dan terdekat di hati

Demikian.....

Karya ini kupersembahkan untuk:

Papa Endang R.E. dan Mama Nurhasanah

Atas semua doa, kasih sayang, dan pengertian yang membuatku berada disini

sampai hari ini

HALAMAN MOTTO

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ ٱسْتَعِينُواْ بِٱلصَّبْرِ وَٱلصَّلَوٰةِ ۚ إِنَّ ٱللَّهَ مَعَ ٱلصَّٰبِرِينَ ﴿١٥٣﴾

"Hai orang-orang yang beriman, jadikanlah sabar dan shalat sebagai penolongmu, Sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar."

(Q.S Al Baqarah : 153)

وَلِكُلٍّ دَرَجَٰتٌ مِّمَّا عَمِلُواْ ۚ وَمَا رَبُّكَ بِغَٰفِلٍ عَمَّا يَعْمَلُونَ ﴿١٣٢﴾

"Dan masing-masing orang memperoleh derajat-derajat (seimbang) dengan apa yang dikerjakannya. Dan Tuhanmu tidak lengah dari apa yang mereka kerjakan."

(Q.S Al An'aam : 132)

PRAKATA

Alhamdullilahi Rabbil'alamin. Puji syukur kehadirat Allah SWT, atas petunjuk dan pertolongan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini semata-mata adalah rahmat Yang Maha Pemurah lagi Maha Penyayang.

Penulis menyadari bahwa telah banyak pihak yang memberikan bantuan berupa dorongan, arahan, dan data yang diperlukan mulai dari persiapan, tempat dan pelaksanaan penelitian hingga tersusunnya skripsi ini. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Sus Budiharto., S.Psi.,M.Si.,Psi. selaku Dekan Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Sonny Andrianto S.Psi.,M.Si., selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, pikiran untuk memberi bimbingan, arahan, dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi.
3. Seluruh staf karyawan Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia.
4. Papa Endang R.E. dan Mama Nurhasanah, atas semua doa, pengertian dan dukungan moral maupun material padaku.
5. Bibil, abangku tercinta,terimakasih atas semua dukungannya.
6. Ade Zunda, adekku tersayang, terimakasih telah sukses membuat teteh pusing dengan semua kelakuanmu.
7. Teh Rose, Emih, neng Nissa, dede Sanni, Regan, terimakasih atas semua do'a, perhatian dan canda tawa serta keceriaan sewaktu teteh di rumah, yang selalu menjadikan motivator untuk segera bertemu kalian lagi.

8. Aa Sembada, kita adalah sepupu yang kompak, kecuali tahun wisuda S1.
9. Age, Epen, Rangga, teman-teman seperjuangan SATAS.
10. Teman baikku, Ranti, Cumi, Vita, Ie-ie, ciqa, mesi selalu ngisi hari-hari di Jogja dan sekitarnya.
11. Sekar (jojo) yang udah memberi support dan bantuan sebelum, selama, (dan semoga setelah) pengerjaan skripsi ini.
12. Nadia, senang bisa berbagi segalanya denganmu, kecuali pacar.
13. Semua anak-anak kost "KR. Santri 2"
14. Semua teman-teman yang sudah membantu menyebar dan mengisi angket saya dengan sukarela. Tomp, Ochy, Echi, tanpa kalian, angket saya berdebu.
15. Mig33 Indosat Community Yogyakarta dan Tasikmalaya, komunitas *chatting* yang sanggup membuatku sangat kurang tidur.
16. Semua teman-temanku yang telah memberi bantuan dalam pengerjaan skripsi ini, yang tak dapat kusebutkan satu persatu, terima kasih banyak.

Walaupun mungkin penulis tak mungkin dapat membalas semua kebaikan yang telah diberikan, penulis barharap dan berdoa semoga Allah SWT membalas semua kebaikan dan jasa yang diberikan pada penulis. AMIN

Semoga karya ini dapat memberi manfaat bagi siapapun yang membacanya. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam karya ini, untuk itu penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya. Kesempurnaan hanyalah milik Allah SWT, sementara kekurangan pastilah milik manusia.

Yogyakarta, April 2010

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL i

HALAMAN PENGESAHAN ii

HALAMAN PERNYATAAN iii

HALAMAN PERSEMBAHAN iv

HALAMAN MOTTO v

PRAKATA vi

DAFTAR ISI viii

DAFTAR TABEL xi

DAFTAR LAMPIRAN xii

INTISARI xiii

BAB I. PENGANTAR 1

A. Latar Belakang masalah 1

B. Tujuan Penelitian 10

C. Manfaat Penelitian 10

D. Keaslian Penelitian 11

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA 13

A. Perilaku Mngkonsumsi *Junk Food* 13

1. Pengertian Perilaku Mengkonsumsi *Junk Food* 13

2. Aspek-aspek Perilaku Mengkonsumsi *Junk Food* 16

3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Mngkonsumsi *Junk Food* 18

B. Harga Diri 21
1. Pengertian Harga Diri 21
2. Karakteristik Harga Diri 23
3. Aspek-aspek Harga Diri 24
C. Hubungan Antara Perilaku Mengkonsumsi Junk Food dengan Harga Diri 25
D. Hipotesis Penelitian 27
BAB III. METODE PENELITIAN 28
A. Identifikasi Variabel Penelitian 28
B. Definisi Operasional Variabel Penelitian 28
C. Subjek Penelitian 29
D. Metode Pengumpulan Data 29
E. Metode Analisis Data 32
BAB IV. PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITI 34
A. Operasi Kancah dan Persiapan 34
1. Operasi Kancah 34
2. Persiapan 34
a. Persiapan Administrasi 34
b Persiapan Alat Ukur 35
c. Uji Coba Alat Ukur 36
d. Hasil Uji Coba Alat Ukur 36
B. Pelaksanaan Penelitian 37
C. Hasil Penelitian 38
1. Deskripsi Subjek Penelitian 38
2. Deskripsi Data Penelitian 39

3. Uji Asumsi 42
a. Uji Normalitas 42
b. Uji Linieritas 43
4. Uji Hipotesis 43
D. Pembahasan 44
BAB V. PENUTUP 47
A. Kesimpulan 47
B. Saran 47
DAFTAR PUSTAKA 48
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel Halaman

Tabel 1. Blue Print Aitem Perilaku Mengkonsumsi *Junk Food* 30

Tabel 2. Distribusi Skala Perilaku Mengkonsumsi *Junk Food* 31

Tabel 3. Blue Print Aitem Harga Diri 31

Tabel 4. Distribusi Skala Harga Diri 32

Tabel 5. Distribusi Butir Skala Perilaku Mengkonsumsi *Junk Food* 37

Tabel 6. Distribusi Butir Skala Harga Diri 37

Tabel 7. Deskripsi Subjek Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin 38

Tabel 8. Deskripsi Subjek Penelitian Berdasarkan Usia 39

Tabel 9. Deskripsi Statistik Data Penelitian 40

Tabel 10. Kriteria Kategori Skala 40

Tabel 11. Kategori Perilaku Mengkonsumsi *Junk Food* 41

Tabel 12. Kategori Harga Diri 41

Tabel 13. Hasil Uji Normalitas 42

Tabel 14. Hasil Uji Linieritas 43

Tabel 15. Hasil Uji Hipotesis 44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Halaman

Lampiran 1. Angket Try Out 50

Lampiran 2. Data Try Out Perilaku Mengkonsumsi Junk Food dan Harga Diri 57

Lampiran 3. Hasil Uji Reliabilitas dan Validitas 69

Lampiran 4. Angket Penelitian 82

Lampiran 5. Data Penelitian 89

Lampiran 6. Analisis Data Penelitian 99

Lampiran 7. Surat Keterangan 109

HUBUNGAN ANTARA PERILAKU MENGKONSUMSI *JUNK FOOD* DENGAN HARGA DIRI REMAJA

Yoanita Kresna
Sonny Andrianto

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji ada tidaknya hubungan antara perilaku mengkonsumsi *junk food* dengan harga diri remaja. Dugaan awal yang diajukan dalam penelitian ini adalah tidak ada hubungan antara perilaku mengkonsumsi *junk food* dengan harga diri remaja. Artinya, harga diri tidak mempengaruhi perilaku mengkonsumsi *junk food*.

Subjek dalam penelitian ini adalah remaja putra dan putri yang usia berkisar antara 15 sampai dengan 22 tahun, dan berlokasi di Yogyakarta. Adapun skala yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah skala perilaku mengkonsumsi *junk food* yang mengacu pada teori yang dikemukakan Rudermann (1988) , dan skala harga diri yang mengacu pada aspek harga diri yang dikemukakan oleh Coopersmith (1998).

Metode analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis korelasi product moment dari Pearson dengan bantuan SPSS for windows 16. Hasil analisis data menunjukkan korelasi antara variabel harga diri dengan perilaku mengkonsumsi *junk food* r = 0.416 dengan p = 0.001 ($p<0.05$). Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara variabel harga diri dengan perilaku mengkonsumsi *junk food* pada remaja sehingga hipotesis yang diajukan **diterima**.

Kata kunci : Perilaku mengkonsumsi *Junk Food*, Harga Diri, Remaja

BAB I

PENGANTAR

A. Latar Belakang Masalah

Krisis moneter yang melanda Indonesia menyebabkan perekonomian menjadi terganggu. Harga barang-barang pokok dan penunjang cenderung naik. Dengan adanya permasalahan ini maka berdampak pada tidak adaya kegiatan dalam perindustrian di Indonesia. Tidak jarang banyak perusahaan yang gulung tikar atau dengan cara mengurangi jumlah karyawan demi mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan itu. Selain itu, biaya produksi yang semakin naik menyebabkan perusahaan tidak sanggup membayar gaji karyawan.

Permasalahan ini menyadarkan perusahaan bahwa ia harus tetap mempertahankan kelangsungan hidupnya. Perusahaan-perusahaan yang ingin tetap eksis melakukan berbagai solusi. Solusi yang dilakukan oleh perusahaan bertujuan untuk membuat suatu yang baru atau menyempurnakan sesuatu yang sudah ada pada produk yang ditawarkan secara berkelanjutan (Austin dan Engell,1994)

Gaya hidup masyarakat di kota-kota besar pada era modern sekarang memang berubah. Hal ini dipengaruhi dengan masuknya makanan cepat saji yang kandungan lemak, protein, dan karbohidratnya berlebihan. Berdasarkan penelitian terakhir ACNielsen, di Filipina 99% orang, Taiwan dan Malaysia 98% orang dan Indonesia 85% orang pernah makan di restoran cepat saji, papar Elitha (Novitasari, 2009)

Globalisasi dalam perdagangan dan sistem informasi, pertumbuhan pasar modern yang pesat, menjamurnya *outlet* makanan siap saji, dan gencarnya iklan

makanan merupakan fenomena yang kini terjadi di Indonesia. Tulisan ini mengulas dampak keberadaan pasar modern, restoran siap saji, dan iklan terhadap gaya hidup terutama gaya makan masyarakat Indonesia. Di sisi lain, sistem informasi makin terbuka yang mengiklankan berbagai jenis makanan atau minuman jadi. Dampak dari hal tersebut adalah terjadinya perubahan permintaan akan makanan dan minuman yang merupakan bagian dari gaya hidup masyarakat Indonesia. Hal ini ditunjukkan oleh peningkatan pangsa pengeluaran untuk makanan dan minuman jadi, terutama pada wilayah perkotaan. Perubahan pola dan gaya makan tersebut dapat pula dilihat sebagai kesempatan bagi industri makanan dan minuman untuk memperluas produk dan pasar. Restoran *fast food* telah berkembang sangat pesat dalam hal jumlah *outlet* dan pelanggan. *Fast food* dapat dengan mudah ditemukan di pasar modern (*supermarket* dan *hypermarket*), di jalan atau di tempat-tempat strategis. Menu yang disediakan beragam dan bervariasi yang disesuaikan ke lokal atau makanan tradisional. *Franchised fast food* dari luar negeri, misalnya, burger, kentang goreng, pizza, dan Bento, sedangkan lokal atau tradisional cepat misalnya makanan lokal adalah menu yang tersedia di pinggir-pinggir jalan jalar (warteg), nasi goreng, nasi soto, dan bakso dengan mie. Saat ini, kami dapat juga menemukan olahan makanan yang disesuaikan yang tersedia di pinggir jalan, seperti Bento (kotak) dan kebab (Suryana, 2008).

Industri makanan dan minuman harus membangun *image* kuat dan oleh karena pemasaran produk mereka dapat berhasil melalui iklan. Konsumen harus mendapatkan persepsi positif dan dengan demikian bersedia untuk mengkonsumsi atau membeli produk. Secara umum, iklan yang diposting di media massa dengan harapan itu dapat mempengaruhi jutaan orang. Menurut

Sumarwan (2006), iklan adalah alat yang paling sering digunakan paling populer untuk mempromosikan dan berkomunikasi produk ke konsumen. Tujuan iklan tersebut adalah untuk menginformasikan, untuk meyakinkan, untuk mengingatkan, dan untuk memperkuat. Kotler (Sumarwan, 2006) menyatakan bahwa iklan bertujuan informatif untuk membangun pemahaman dan pengertian produk yang ditawarkan. Persuasif iklan yang bertujuan untuk mempengaruhi konsumen untuk membeli dan menggunakan produk. Perbedaan iklan yang ada adalah untuk mempengaruhi selera dan pilihan konsumen dan memastikan konsumen bahwa mereka membeli produk atau menggunakan pilihan aman. (Suryana, 2008).

Salah satu perusahaan yang melakukan solusi adalah perusahaan yang bergerak di bidang makanan, misalnya restoran yang menyediakan menu *junk food. Junk food* adalah makanan siap saji yang berbau Amerika, makanan yang ditawarkan ada dalam daftar menu, sudah matang, tinggal dihangatkan sehingga konsumen tinggal antri di kasir (Yusuf, 1999). Solusi yang dilakukan restoran *junk food* antara lain menyesuaikan menu dengan lidah lokal sehingga bisa kita lihat adanya tambahan menu nasi dan rasa yang sangat pedas. Restoran yang menyajikan makanan *junk food* memiliki ciri yang bisa kita amati antara lain letaknya yang ada di pusat keramaian sehingga mudah di jangkau oleh konsumen, pengunjung sebagian besar adalah remaja, penataan ruang yang menarik.

Di era globalisasi ini selain untuk mengisi perut restoran *junk food* juga ditata untuk konsumen yang hanya sekedar ngobrol atau bercanda sambil menikmati menu yang sudah dibeli. Artinya restoran *junk food* dapat berperan sebagai media sosialisasi dan komunikasi antara manusia seperti tempat untuk

makan bersama rekan kantor, makan bersama teman, tempat ngobrol, makan bersama keluarga. Lewat restoran inilah manusia dapat saling berhubungan dan berinteraksi.

Menjamurnya makanan jajanan dewasa ini menyebabkan semakin beragamnya pilihan orang-orang yang lebih banyak menghabiskan waktu makan siangnya di luar rumah, baik anak-anak, remaja, karyawan, ataupun kalangan orang tua sendiri. Makanan jajanan atau yang lebih dikenal sebagai *fast food* mulai banyak dipertanyakan keamanannya sejak menjamurnya kasus *overweight* atau obesitas di setiap golongan usia. Mengingat semakin meningkatnya kejadian penyakit dengan faktor risiko obesitas, istilah *junk food* sebagai nama lain kelompok makanan ini tidak asing lagi bagi telinga kita. Sejauh mana keamanan *junk food* untuk kita konsumsi akan kita coba bahas pada kesempatan ini (*http://www.bawean.info*)

Konsumsi makanan cepat saji yang saat ini cenderung meningkat di berbagai kota besar. Hal ini disebabkan karena masyarakat di kota besar menginginkan segala sesuatu yang serba cepat termasuk dalam menyediakan makanan. Pergaulan remaja juga salah satu faktor lingkungan yang mempengaruhi. Remaja cenderung mengkonsumsi *fast food* dan *soft drink* untuk menciptakan citra diri yang modern dalam komunitasnya. Remaja usia sekolah juga merupakan suatu kelompok masyarakat yang relatif rentan terhadap iklan terutama iklan makanan cepat saji di televisi. Adanya iklan-iklan produk makanan cepat saji di televisi dapat meningkatkan pola konsumsi atau bahkan gaya hidup masyarakat pada umumnya. Oleh karena itu perlu dilakukan penelitian mengenai pola konsumsi makanan cepat saji di kalangan remaja. (Novasari, 2009)

Remaja merupakan salah satu periode perkembangan manusia yang berlangsung kira-kira 13-21 tahun (Monks,1994). Mappiare (1982) menyatakan bahwa remaja mempunyai kebutuhan khas antara lain kebutuhan akan keikutsertaan dalam kelompok, kebutuhan pengakuan dari orang lain, dan kebutuhan untuk dihargai. Kebutuhan untuk ikut serta dalam kelompok yang membuat remaja suka berkelompok dan melakukan kegiatan bersama-sama dengan kelompoknya itu. Salah satu kegiatan yang dilakukan remaja adalah pergi ke pusat keramaian misalnya ke restoran *junk food*. Tampaknya *junk food* telah menjadi makanan primadona di kalangan remaja. Mereka menganggap bahwa *junk food* merupakan suatu kecenderungan gaya hidup orang barat atau Amerika yang identik dengan kebebasan dan kepraktisan (Purwanto,1998). Menurut Assael (1995) strategi promosi yang dilakukan oleh restoran *junk food* dalam hal ini McDonald sesuai dengan budaya Amerika, artinya McDonald identik dengan budaya barat yang disukai remaja.

Lembaga Pembinaan dan Perlindungan Konsumen (Sri,1998) menyatakan bahwa mayoritas konsumen *junk food* adalah remaja dari golongan ekonomi menengah ke atas artinya secara finansial mereka tidak ada masalah. Hal ini didukung dengan lingkungan yang disediakan membuat remaja betah, bahkan banyak yang dijadikan tempat untuk berkumpul sambil menyantap *junk food* yang mereka anggap terkenal itu.

Berdasarkan penelitian Kartika (Nirmala,1999) ditemukan bahwa dalam pengkonsumsian *junk food* cenderung meningkat karena pengaruh sosial budaya yang mengangap *junk food* sebagai makanan yang terkenal, berbau barat, dan bergengsi sehingga bisa menaikkan harga dirinya. Remaja berusaha untuk menunjukan siapa dirinya agar ia mendapat pengakuan dari orang lain dan lebih

dihargai. Hal ini dilakukan agar ia bisa diterima di lingkungannya atau kelompoknya. Remaja umumnya masih belum menemukan jati dirinya, kemudian berusaha mengidentifikasikan dirinya dalam kelompok. Bukan hanya urusan berpakaian dan gaya hidup saja yang diwarnai dengan selera "berjamaah" dalam kelompok, soal menu makanpun demikian pula. Jenis makanan yang disukai oleh kebanyakan anggota kelompok lantas menjadi selera pribadi. Apa yang dimakan oleh teman akan dimakan pula.

Mungkin para remaja zaman sekarang lebih familiar dengan rasa makanan di mall daripada masakan di dapur sendiri. Porsi menghabiskan waktu di mall bisa dibilang cukup besar dibandingkan waktu mereka untuk kegiatan ekstrakurikuler sekolah atau les tambahan untuk mata pelajaran sekolah. Makanan yang digemari para remaja secara otomatis lebih cenderung pada makanan jenis *fast food* yang banyak beredar di mall-mall seperti McDonald, Kentucky, Pizza, Donuts dan lain sebagainya. Bagaimanapun juga keasyikan *hang out* di luar rumah lebih menyenangkan daripada menghabiskan waktu di rumah bersama keluarga. Hal ini banyak mempengaruhi pilihan mereka akan gaya hidup dan selera. Makanan dan minuman adalah contoh yang sangat signifikan mengenai hal yang satu ini. Menemani kegemaran mengkonsumsi makanan *junk food,* maka minuman soda pun menjadi kegemaran remaja saat ini.

Remaja yang bisa diterima di lingkungannya akan merasa bangga akan dirinya sehingga harga dirinya menjadi meningkat. Kebutuhan akan harga diri ini menjadi meningkat seiring dengan pertambahan usia dan dimulai pada masa remaja (Setiawan,1998). Kebutuhan harga diri yang meningkat dan dimulai pada masa remaja ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh Deradjat (1976) yaitu

bahwa kebutuhan harga diri remaja mulai muncul dengan kuat dan harus dipenuhi. Harga diri dapat diartikan sebagai cara seseorang merasa tentang dirinya yang mencakup tentang tingkat penghargaan dan penerimaan sesorang atau kelompok akan dirinya (Ernawati dan Tanaja, 1996). Remaja akan merasa senang bila lingkungan sosialnya memberi dia penghargaan dan bisa menerima dirinya.

Hurlock (1992) berpendapat, biasanya pengaruh teman sebaya lebih besar daripada pengaruh keluarga. Pengaruh teman ini menyebabkan remaja mulai beralih ke teman sebayanya untuk mendapatkan pengakuan dari orang lain. Pengaruh teman sebaya ini dapat dilihat dari perilaku, minat, dan pembicaraan. Remaja juga mulai sadar bahwa dukungan dari teman sebayanya dipengaruhi oleh penampilan diri dan keanggotaan sosialnya. Pengaruh-pengaruh ini merupakan simbol status yang dapat mengangkat harga diri remaja.

Remaja sebagai salah satu golongan dalam masyarakat, tidak lepas dari pengaruh konsumtivisme ini, sehingga tidaklah aneh remaja menjadi sasaran berbagai produk perusahaan (Jatman, 1987). Kenyataan lain yang banyak dijumpai ialah kecenderungan di kalangan remaja Indonesia untuk meniru gaya hidup mewah, dan perilaku yang sedang mewabah di negara-negara maju. Di kota-kota besar tampak banyaknya diskotik, rumah makan *fast food* kelas atas yang menawarkan makanan dan pelayanan berharga mahal dengan sasaran utama para remaja, dan bila pengamatan dilakukan lebih jeli lagi ternyata tempat-tempat tersebut memang dijejali oleh konsumen remaja.

Perilaku konsumtif pada remaja sebenarnya dapat dimengerti bila melihat usia remaja sebaga usia peralihan dalam mencari identitas diri. Remaja ingin diakui eksistensinya oleh lingkungan dengan berusaha menjadi bagian dari

lingkungan itu. Kebutuhan untuk diterima dan menjadi sama dengan orang lain yang sebaya itu menyebabkan remaja berusaha untuk mengikuti berbagai atribut yang sedang *in.* Remaja dalam perkembangan kognitif dan emosinya masih memandang bahwa atribut yang superfisial itu sama penting (bahkan lebih penting) dengan substansi.

Memang begitulah adanya, gengsi atau prestis kita akan naik apabila kita cenderungan mengikuti gaya hidup orang barat atau Amerika yang identik dengan kebebasan dan kepraktisan. *Junk food* yang dipandang sebagai lambang dan simbol status di kalangan remaja sangat mempengaruhi kebutuhan dan sikap hidup mewah mereka. Loudon dan Bitta (1984) menyatakan bahwa remaja adalah kelompok yang berorientasi konsumtif, karena kelompok ini suka mencoba hal-hal yang dianggap baru. Sebagai bagian dari masyarakat yang orientasinya tinggi. Pola perilaku ini diperkuat dengan menjamurnya majalah remaja, iklan, dan media yang langsung maupun yang tidak langsung mengeksploitasi gaya hidup mewah secara mencolok. Tanpa disadari hal tersebut mendorong seseorang untuk mengkonsumsi *junk food* terus sehingga menyebabkan remaja semakin terjerat ingin menaikan harga diri, status, prestis.

Seseorang mulai berinteraksi dengan lebih banyak pengaruh lingkungan dan mengalami pembentukan perilaku. Perubahan gaya hidup pada remaja memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kebiasaan makan mereka. Mereka menjadi lebih aktif, lebih banyak makan di luar rumah, dan mendapat banyak pengaruh dalam pemilihan makanan yang akan dimakannya, mereka juga lebih sering mencoba-coba makanan baru, salah satunya adalah *fast food.* (Novasari, 2009)

Ardaninggar (1995) berpendapat bahwa yang menjadi sasaran remaja untuk dikonsumsi adalah kosmetika, makanan, pakaian, dan kaset. Makanan yang berbau barat biasanya lebih disukai remaja, misalnya *junk food.* Pembelian remaja terhadap *junk food* berfungsi untuk menaikan harga diri mereka. Hal ini seperti yang dikatakan oleh Wirawan (1990) bahwa harga diri merupakan faktor yang paling penting dalam mengembangkan arus konsumtivisme bagi remaja dan menurut Affif (1993) kelompok remaja usia 13-21 tahun merupakan usia dengan tingkat konsumtivisme yang tinggi terhadap *junk food* dan mode pakaian.

Gochman (Witari, 1997) mengatakan bahwa hal yang sering terlihat pada remaja adalah kurang dipedulikannya jam makan, bahkan sarapan pagi sering ditinggalkan, sehingga banyak remaja yang menderita maag. Manfaat dari kegiatan makan kurang disadari oleh remaja, seperti kebiasaan makan apapun asal kenyang, ataupun makan sekedar untuk bersosialisasi, demi kesenangan, dan supaya tidak kehilangan status. Unsur-unsur gizi pada makanan yang dikonsumsi kurang diperhatikan, sebab saat memilih makanan remaja lebih mementingkan nilai kesenangan. Tidak jarang makanan yang dipilih oleh remaja sebagai upaya agar mereka tidak kehilangan status di hadapan teman-temannya, sehingga makanan yang dipilih adalah juga makanan yang dipilih oleh teman-temannya, meskipun makanan tersebut tidak memenuhi unsur-unsur gizi yang dibutuhkan tubuh. Sebagai contoh, remaja pada masa sekarang sering beraktivitas di pusat-pusat perbelanjaan, *mall* yang menyediakan tempat-tempat makan berupa makanan *fast food* yaitu berbagai produk olahan siap saji seperti *burger, ice cream, fried chicken, pizza* dan minuman *soft drink* yang berkarbonasi dan kadar gula tinggi yang sangat intensif dipasarkan. Remaja merupakan sasaran utama karena jumlahnya yang relatif besar dan jenis makanan ini sangat

mengundang selera, praktis, dan juga penyajiannya cepat serta menaikkan gengsi. (http://etd.eprints.ums.ac.id/1445/2/F100030037.pdf)

B. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara perilaku mengkonsumsi *junk food* dengan harga diri remaja.

C. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat memberi manfaat secara teoritis maupun praktis. Adapun manfaat teoritis dari penelitian ini adalah dapat memberi sumbangan pengetahuan pada bidang psikologi, terutama psikologi konsumen, yaitu tentang maraknya restoran siap saji yang bisa mempengaruhi harga diri seseorang. Sedangkan manfaat praktis dari penelitian ini, dapat memberi masukan pada masyarakat secara umum, khususnya remaja. Agar mereka bisa mengerti bahwa untuk meningkatkan harga diri tidak harus mengkonsumsi *junk food*. Remaja dengan semakin meningkatnya harga dirinya maka diharapkan akan semakin mampu menekan kecenderungan perilaku konsumtifnya terhadap *junk food*.

D. Keaslian Penelitian

1. Keaslian Topik

Penelitian yang serupa dengan penelitian ini mungkin sudah pernah dilakukan sebelumnya. Namun penelitian-penelitian yang sebelumnya tersebut memiliki variabel-variabel yang sedikit berbeda dengan penelitian ini. Sebagai contoh penelitian terkait yang pernah dilakukan adalah, *Harga Diri Dan Perilaku*

Makan Tidak Sehat Pada Remaja Putri (http://perpustakaan/skripsi/PRODI20%PSIKOLOGI). The Role Of Modern Markets In Influencing Lifestyles In Indonesia (http://electronicjournal). Kecenderungan Perilaku Konsumtif Remaja Terhadap Junk Food Dtinjau Dari Harga Diri (http://journal20%articles).

2. Keaslian Teori

Teori-teori dalam peneltian ini diambil dari buku-buku dan jurnal-jurnal yang sudah ada sebelumnya. Teori-teori yang digunakan diambil dari teori-teori yang pernah dipublikasikan oleh pencetus teori tersebut. Dalam penelitian *Harga Diri Dan Perilaku Makan Tidak Sehat Pada Remaja Putri,* peneliti memakai teori harga diri Coopersmith (1967). *The Role Of Modern Markets In Influencing Lifestyles In Indonesia. Kecenderungan Perilaku Konsumtif Remaja Terhadap Junk Food Dtinjau Dari Harga Diri*, peneliti menggunakan teori harga diri Coopersmith (1967).

3. Keaslian Alat Ukur

Alat ukur yang digunakan dalam penelitian *Harga Diri Dan Perilaku Makan Tidak Sehat Pada Remaja Putri*, peneliti menggunakan skala SEI (Self Esteem Inventory). *The Role Of Modern Markets In Influencing Lifestyles In Indonesia. Kecenderungan Perilaku Konsumtif Remaja Terhadap Junk Food Dtinjau Dari Harga Diri*, peneliti menggunakan alat ukur skala SEI (Self Esteem Inventory).

4. Keaslian Subjek Penelitian

Subjek penelitian dari penelitian *Harga Diri Dan Perilaku Makan Tidak Sehat Pada Remaja Putri,* menggunakan subjek remaja putri. *The Role Of Modern Markets In Influencing Lifestyles In Indonesia*, dalam penelitiannya

peneliti tidak menggunakan subjek penelitiaan. *Kecenderungan Perilaku Konsumtif Remaja Terhadap Junk Food Dtinjau Dari Harga Diri*, menggunakan subjek remaja laki-laki dan perempuan berusia 13-21 tahun yang sedang membeli makanan *junk food*, datang ke restoran *junk food* tidak direncanakan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Perilaku Mengkonsumsi *Junk food*

1. Pengertian Perilaku Mengkonsumsi *Junk food*

Schiffman dan Kanuk (Listyorini, 2001) menyatakan bahwa perilaku konsumtif adalah pencarian konsumen dalam mempertimbangkan, menggunakan, mengevaluasi, dan memanfaatkan suatu produk untuk memuaskan kebutuhan mereka. Selain itu mereka juga mengatakan bahwa perilaku konsumen adalah bagaimana individu membuat keputusan dalam apa yang mereka beli, kapan dan dimana mereka membeli, dan seberapa serius mereka membeli suatu barang.

Loudon dan Bitta (1984) menyatakan bahwa remaja adalah kelompok yang berorientasi konsumtif, karena kelompok ini suka mencoba hal-hal yang dianggap baru. Sebagian besar dari masyarakat yang orientasinya tinggi. Pola perilaku ini diperkuat dengan menjamurnya majalah remaja, iklan, dan media yang langsung maupun tidak langsung mengeksploitasi gaya hidup mewah secara mencolok. Tanpa disadari hal tersebut mendorong seseorang untuk mengkonsumsi *junk food* terus sehingga menyebabkan remaja semakin terjerat ingin menaikan harga diri, status, prestis.

Banyak pengertian perilaku konsumen yang dikemukakan para ahli, salah satunya yang didefinisikan oleh Engel, dkk. (1994) yang menyatakan bahwa perilaku konsumen didefinisikan sebagai suatu tindakan yang langsung dalam mendapatkan, mengkonsumsi serta menghabiskan produk jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan penyusuli tindakan tersebut (Umar, 2000).

Kotler dan Amstrong mengartikan perilaku konsumen sebagai perilaku pembelian konsumen akhir, baik individu maupun rumah tangga, yang membeli produk untuk konsumsi personal (Simamora, 2002). Pengertian lain tentang konsumsi ialah suatu kegiatan yang bertujuan mengurangi atau menghabiskan faedah dari suatu benda (barang atau jasa) dalam rangka pemenuhan kebutuhan (Alam S.,2006).

Chaney (2003) berpendapat, konsumsi adalah seluruh tipe aktifitas sosial yang orang lakukan sehingga dapat dipakai untuk mencirikan dan mengenal mereka, selain apa yang mungkin mereka lakukan untuk hidup. Chaney menambahkan, gagasan bahwa konsumsi telah menjadi fokus utama kehidupan sosial dan nilai-nilai kultural mendasari gagasan lebih umum dari budaya konsumen. Definisi konsumsi menurut cara pandang Durkemian adalah sebuah perilaku aktif dan kolektif, ia merupakan sebuah paksaan, sebuah moral, konsumsi adalah sebuah institusi. Ia adalah keseluruhan nilai yaitu berimplikasi sebagai fungsi inegrasi kelompok dan integrasi kontrol sosial (http://unnesdiskusi.blogspot.com/2007/08/teori-konsumsi.html).

Braudrillard (2004) menyatakan, konsumsi adalah sistem yang menjalankan urutan tanda-tanda dan penyatuan kelompok. Jadi konsumsi itu sekaligus sebagai moral (sebuah sistemideologi) dan sistem komunikasi, struktur pertukaran. Dengan konsumsi sebagai moral, maka akan menjadi fungsi sosial yang memiliki organisasi yang terstruktur yang kemudian memaksa mereka mengikuti paksaan sosial yang tak disadari (http://unnesdiskusi.blogspot.com/2007/08/teori-konsumsi.html).

Perilaku konsumsi ialah suatu kegiatan yang bertujuan mengurangi atau menghabiskan daya guna suatu benda, baik berupa barang maupun jasa, untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan secara langsung. Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Jika tujuan pembelian produk tersebut untuk dijual kembali, maka dia disebut pengecer atau distributor. Pada masa sekarang ini bukan suatu rahasia lagi bahwa sebenarnya konsumen adalah raja sebenarnya, oleh karena itu produsen yang memiliki prinsip *holistic marketing* sudah seharusnya memperhatikan semua yang menjadi hak-hak konsumen (http://id.wikipedia.org/wiki/Konsumsi).

Junk food adalah kata lain untuk makan yang jumlah nutrisinya terbatas. Umumnya, yang termasuk dalam golongan *junk food* adalah makanan yang kandungan garam, gula, lemak, dan kalorinya tinggi, tetapi kandungan gizinya sedikit. Yang paling mudah masuk dalam jenis ini adalah keripik kentang (kentang *russet*) yang mengandung garam, permen, semua pencuci mulut yang manis, makanan *fast food* yang digoreng dan minuman soda atau minuman berkarbonasi (Sari, 2008).

Yusuf (Listyorini, 2001) mengungkapkan bahwa *junk food* adalah memakan siap saji yang berbau Amerika, makanan yang ditawarkan ada dalam daftar menu, sudah matang, tinggal dihangatkan sehingga konsumen tinggal antri di kasir. Banyak di antara kita tidak menyadari akan bahaya makanan instan seperti mi instan dan makanan siap saji. Mi instan mengandung vetsin yang dikenal sebagai pemicu tumbuhnya penyakit kanker. Makanan cepat saji seperti burger dan *fried chicken* di negeri asalnya saja disebut *junk food* alias makanan

sampah karena miskin gizi. Namun disini makanan ini laris karena dikaitkan dengan gengsi (Sumardi, 2000).

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan perilaku mengkonsumsi *junk food* adalah sikap membeli atau memakan produk-produk *junk food* atau makanan siap saji untuk memuasakan kebutuhan individu. Individu akan melakukan apa saja untuk memenuhi kebutuhannya, termasuk kebutuhan akan makanan dan minuman, dalam hal ini memakan atau meminum produk-produk *junk food*.

2. Aspek-aspek Perilaku Mengkonsumsi *Junk food*

Pola makan, khususnya perilaku makan setiap individu berbeda. Dengan berkembangnya jaman, gaya hidup pun mulai berubah ke arah konsumtif. Hal ini terutama terjadi di negara-negara maju dan merambat ke negara-negara berkembang seperti Indonesia juga sudah banyak terjadi perilaku yang beresiko seperti perilaku makan tidak sehat dengan salah satunya mengkonsumsi *junk food*.

Ruderman (1986) mengungkapkan dimensi teoritis perilaku makan yang penting dikemukakan pertama kali oleh Schachter dalam teori internal-eksternal obesitas. Hasil risetnya menunjukkan subjek yang kegemukan akan lebih responsif terhadap isyarat eksternal yaitu makanan dan kurang responsif terhadap isyarat internal seperti sinyal lapar dan kenyang. Menurut Wardle (Nisa, 2008), kedua konsep di atas yaitu aspek eksternal dan emosional memicu indiviu untuk makan. Ruderman menunjukkan aspek eksternal tersebut mencakup situasi yang berkaitan dengan acara makan dan faktor makanan itu sendiri baik dari segi bau, rasa maupun penampilan makanan. Selanjutnya Ruderman menunjukkan bahwa emosi yang lebih berperan dalam perilaku makan adalah

emosi negatif seperti rasa kecewa, cemas, depresi dan sebagainya. Menurut Polivy, dkk (1978) sebenarnya semua emosi berpengaruh dalam perilaku makan asalkan intensitasnya cukup kuat. Sejauh ini bukti-bukti yang ada, lebih memfokuskan pada pengaruh emosi negatif dalam perilaku makan. Selain aspek eksternal dan emosi, Herman dan Mack menyatakan bahwa perilaku makan seseorang juga dipengaruhi oleh aspek *restraint* yang berarti bentuk perhatian yang kronis terhadap makanan (Wardle, 1987). Konsep *restraint* ini kemudian dikembangkan oleh Herman dan Polivy (Ruderman, 1986) yang menjelaskan bahwa pola makan individu dipengaruhi oleh keseimbangan antara faktor-faktor fisiologis yaitu desakan terhadap keinginan pada makanan dan usaha untuk melawan keinginan tersebut. Usaha secara kognitif untuk melawan dorongan makan ini disebut *restraint*.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku makan tidak sehat dalam hal ini adalah mengkonsumsi *junk food* yang akan dikaji dalam penelitian ini terbentuk dari tiga aspek pokok yang mempengaruhi perilaku makan, yaitu:

a. *External eating*, proses mengkonsumsi *junk food* yang mencakup situasi yang berkaitan dengan acara makan *junk food* dan faktor *junk food* itu sendiri dari segi bau, rasa, penampilan makanan.
b. *Emotional eating*, dalam mengkonsumsi *junk food*, emosi yang dilibatkannya hanya emosi negatif, seperti rasa takut, cemas, marah, dan sebagainya.
c. *Restained eating,* merupakan usaha secara kognitif dalam perilaku makan untuk melawan dorongan mengkonsumsi *junk food.*

3. Faktor-faktor Perilaku Mengkonsumsi *Junk food*

Perilaku konsumtif yang ditampakkan konsumen pada dasarnya depengaruhi oleh beberapa faktor (Mangkunegara, 2002) yaitu :

a. Faktor Sosial Budaya

1. Kebudayaan

Hensen (1972) mengemukakan bahwa karakteristik budaya adalah "kebudayaan adalah hasil karya manusia, proses belajar, mempunyai aturan/berpola, bagian dari masyarakat, menunjukkan kesamaan tertentu tetapi pula terdapat variasi-variasinya, pemenuhan kepuasan dan kemantapan/ketetapan, penyesuai, terorganisasi, dan terintegrasi secara keseluruhan.".

2. Kelas sosial

Kelas sosial didefinisikan sebagai suatu kelompok yang terdiri dari sejumlah orang yang mempunyai kedudukan yang seimbang dalam masyarakat. Kelas sosial itu dapat dikategorikan sebagai berikut:

1). Kelas sosial golongan atas memiliki kecenderungan membeli barang-barang yang mahal, membeli pada toko yang berkualitas dan lengkap (toko serba ada, supermarket), konservatif dalam konsumsinya, barang-barang yang dibeli cendeung untuk dapat menjadi warisan bagi keluarganya;

2). Kelas sosial golongan menengah cenderung membeli untuk menampakkan kekayaannya, membeli barang dengan jumlah banyak dan kualitasnya cukup memadai. Mereka berkeinginan membeli barang yang mahal dengan sistem kredit, misalnya membeli kendaraan, rumah mewah, perabot rumah tangga;

3). Kelas sosial golongan rendah cenderung membeli barang dengan mementingkan kuantitas daripada kualitasnya. Pada umumnya mereka membeli barang untuk kebutuhan sehari-hari, memanfaatkan penjualan barang-barang yang diobral atau penjualan dengan harga promosi.

3. Kelompok Anutan (*Small Reference Group*)

Stanton (1981) mengemukakan bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh kelompok anutan yang mereka menjadi anggotanya atau yang mereka cita-citakan. Pengaruh kelompok anutan terhadap perilaku konsumen antara lain dalam menentukan produk dan merk yang mereka gunakan yang sesuai dengan aspirasi kelompok.

4. Keluarga

Keluarga dapat didefinisikan sebagai suatu unit yang terkecil yang perilakunya sangat mempengaruhi dan menentukan dalam pengambilan keputusan membeli.

b. Faktor Psikologis

1. Pengalaman Belajar

Perilaku konsumen dapat dipelajari karena sangat dipengaruhi oleh pengalaman belajarnya. Pengalaman belajar konsumen akan menentukan tindakan dan pengambilan keputusan membeli. Berdasarkan teori stimulus-respons dapat disimpulkan bahwa konsumen akan merasa puas jika mendapatkan produk, merk, dan pelayanan yang menyenangkan, dan sebaliknya jika produk, merk dan pelayanan diperolehnya dengan tidak menyenangkan, akan menjadikan konsumen tidak puas. Begitu pula jika barang-barang ditampilkan secara terus

menerus dalam iklan, surat kabar, atau media masaa lainnya akan memperkuat pengenalan konsumen terhadap barang tersebut. Berdasarkan teori kognitif, perilaku kebiasaan merupakan akibat dari proses berpikir dan orientasi dalam mencapai suatu tujuan. Berdasarkan teori ini dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh memorinya terhadap situasi yang terjadi pada masa lampau, masa sekarang dan masa yang akan datang. Berdasarkan teori Gestalt dan lapangan dapat disimpulkan bahwa faktor lingkungan merupakan kekuatan yang sangat berpengaruh pada perilaku konsumen. Penggunaan objek secara keseluruhan akan lebih baik daripada hanya bagian-bagian. Misalnya menampilkan produk, merek, dalam iklan, surat kabar, media massa, akan lebih berarti jika dalam ukuran yang besar.

2. Kepribadian

Kepribadian konsumen sangat ditentukan oleh faktor internal dirinya (motif, IQ, emosi, cara berpikir, persepsi) dan faktor eksternal dirinya (lingkungan fisik, keluarga, masyarakat, sekolah, lingkungan alam). Kepribadian konsumen akan mempengaruhi persepsi dan pengambilan keputusan membeli. Oleh karena itu, peranan pramuniaga toko penting dalam memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen. Pelayanan yang ditampilkan oleh pramuniaga toko sangat dipengaruhi oleh kepribadiannya. Oleh karena itu, sebaiknya pramuniaga toko adalah pramuniaga yang berkepribadian dewasa.

3. Sikap dan Keyakinan

Sikap dan keyakinan konsumen terhadap suatu produk atau merk dapat diubah melalui komunikasi yang persuasif dan pemberian informasi

yang efektif kepada konsumen. Dengan demikian konsumen dapat membeli produk atau merek baru, atau produk yang ada pada toko itu sendiri.

4. Konsep diri atau *Self-Concept*

Konsep diri dapat didefinisikan sebagai cara kita melihat diri sendiri dan dalam waktu tertentu sebagai gambaran tentang apa yang kita pikirkan. Para ahli psikologi membedakan konsep diri yang nyata dan konsep diri yang ideal. Konsep diri yang nyata ialah bagaimana kita melihat diri dengan sebenarnya. Sedangkan konsep diri ideal adalah bagaimana diri kita yang kita inginkan. Dalam hubungannya dengan perilaku konsumen, kita perlu menciptakan situasi yang sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen. Begitu pula menyediakan dan melayani konsumen dengan produk dan merk yang sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen.

B. Harga Diri

1. Pengertian Harga Diri

Kenrick & Seamon (Pamela dan Waruwu, 2006) menurut Coopersmith (1967) harga diri sebagai penilaian diri yang dilakukan seorang individu dan biasanya berkaitan dengan dirinya sendiri. Penilaian tersebut mencerminkan sikap penerimaan atau penolakan dan menunjukkan seberapa jauh individu percaya bahwa dirinya mampu, penting, berhasil, serta berharga. Menurut Kohlberg, harga diri adalah bagaimana seseorang merasakan dirinya sendiri

Santrock (2002) mengatakan bahwa harga diri adalah evaluasi keseluruhan seseorang atau pandangan seseorang akan dirinya sendiri.

Sedangkan Franzoi (2002) mengatakan harga diri melibatkan perasaan dalam menghargai diri sendiri dan kepercayaan diri. Perilaku seseorang pada dirinya sendiri juga dapat disebut dengan harga diri. (Baron & Byrne, 1994), Rice dan Dolgin (2002) mengatakan bahwa harga diri adalah impresi atau opini seseorang tentang dirinya sendiri. Blascovich dan Tomaka (dikutip oleh Frost & McKelvie, 2004) mendefinisikan harga diri sebagai seberapa baik seseorang menilai, menyetujui, atau menyukai dirinya sendiri (Pamela dan Waruwu, 2006)

O'dea & Abraham (Pamela dan Waruwu, 2006) berpendapat bahwa harga diri memegang peranan penting dalam bidang akademis remaja. *Scholastich competence* mengukur kemampuan remaja dalam bidang akademis, seperti bagaimana tingkah laku remaja dalam kelas, serta bagaimana perasaan remaja terhadap intelegensinya. Menurut Maslow (1975) kebutuhan harga diri pada remaja merupakan kebutuhan yang sangat penting. Dalam kebutuhan harga diri terkandung harga diri dan penghargaan dari orang lain. Harga diri meliputi kebutuhan akan prestasi, keunggulan dan kompetensi, kepercayaan diri, kemandirian dan kebebasan; sedangkan penghargaan dari orang lain meliputi prestise, kedudukan, kemasyuran dan nama baik, kekuasaan, pengakuan, perhatian, penerimaan, martabat dan penghargaan (Pervin, dkk , 2005).

Harga diri bukan merupakan faktor yang dibawa sejak lahir tetapi merupakan faktor yang dipelajari dan terbentuk sepanjang pengalaman individu. Hal ini sesuai dengan pendapat Klass dan Hodge (1978) yang mengemukakan bahwa harga diri adalah hasil evaluasi yang dibuat dan dipertahankan oleh individu, yang diperoleh dari hasil interaksi individu dengan lingkungan, serta penerimaan, penghargaan dan perlakuan orang lain terhadap individu tersebut. Oleh Coopersmith (1967) dinyatakan bahwa harga diri merupakan hasil

penelitian individu terhadap dirinya sendiri. Pendapat ini didukung oleh Mead (Coopersmith, 1967) yang menambahkan bahwa harga diri tersebut sebagian besar dihasilkan oleh refleksi penghargaan orang lain terhadap dirinya. Remaja yang sedang dalam masa pertumbuhan dan perkembangan sangat membutuhkan harga diri, karena harga diri mencapai puncaknya pada masa remaja (Goebel dan Brown, 1981). Harga diri remaja berkembang dan terbentuk dari interaksinya dengan orang lain, melalui penghargaan, penerimaan, dan respon sikap yang baik dari orang lain secara terus menerus (Subandi dan Martono, 1994).

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa harga diri merupakan penilaian individu terhadap dirinya sendiri yang akan mempengaruhi individu dalam menjalankan hidupnya. Harga diri meliputi kebutuhan akan prestasi, keunggulan dan kompetensi, kepercayaan diri, kemandirian dan kebebasan, sedangkan penghargaan dari orang lain meliputi prestis, kedudukan, kemasyuran dan nama baik, kekuasaan, pengakuan, perhatian, penerimaan, martabat penghargaan.

2. Karakteristik Harga Diri

Pada dasarnya setiap orang membutuhkan penghargaan, penerimaan, dan pengakuan dari orang lain. Ketiga hal tersebut akan berdampak positif pada diri seseorang yaitu persaan bahwa dirinya berharga dan diakui keberadaannya oleh lingkungan sehingga akan meningkatkan harga dirinya dan rasa kerpercayaan dirinya.

Coopersmith (Burn, 1998) menyatakan bahwa harga diri mempunyai beberapa karakteristik, yaitu : (1) harga diri sebagai sesuatu yang bersifat umum;

(2) harga diri bervariasi dalam berbagai pengalaman; dan (3) evaluasi diri. Individu yang memiliki harga diri tinggi menunjukkan perilaku menerima dirinya apa adanya, percaya diri, puas dengan karakter dan kemampuan diri dan individu yang memiliki harga diri rendah, akan menunjukkan perhargaan buruk terhadap dirinya sehingga tidak mampu menyesuaikan diri dengan lingkungan sosial (Stuart dan Sundeen, 1991 dan Keliat, 1995 dalam Sriati, 2008).

3. Aspek-Aspek dalam Harga Diri

Barualogo (Purnamasari, 2005) menurut Coopersmith membagi harga diri kedalam empat aspek, yaitu:

1) Kekuasaan (*power*)

Menunjukkan suatu kemampuan untuk bisa mengatur dan mengontrol tingkah laku orang lain. Yang disadari oleh adanya pengakuan dan rasa hormat yang diterima individu dari orang lain.

2) Keberartian (*significance*)

Menunjukkan adanya kepedulian, perhatian, dan afeksi yang diterima individu dari orang lain yang mengindikasikan penerimaan dan popularitas individu di lingkungan sosialnya.

3) Kebajikan (*virtue*)

Menunjukkan adanya suatu ketaatan untuk mengikuti standar moral dan etika, dimana individu akan menjauhi tingkah laku yang harus dihindari dan melakukan tingkah laku yang dibolehkan atau diharuskan oleh moral, etika, dan agama.

4) Kemampuan (*competence*)

Menunjukkan adanya suatu kemampuan untuk sukses memenuhi tuntuan prestasi yang ditandai dengan keberhasilan individu dalam mengerjakan bermacam tugas dengan baik.

C. Dinamika Hubungan Psikologis Antara Perilaku Mengkonsumsi *Junk food* Dengan Harga Diri Remaja

Perilaku konsumtif pada remaja sebenarnya dapat dimengerti bila melihat usia remaja sebaga usia peralihan dalam mencari identitas diri. Remaja ingin diakui eksistensinya oleh lingkungan dengan berusaha menjadi bagian dari lingkungan itu. Kebutuhan untuk diterima dan menjadi sama dengan orang lain yang sebaya itu menyebabkan remaja berusaha untuk mengikuti berbagai atribut yang sedang *in*. Remaja dalam perkembangan kognitif dan emosinya masih memandang bahwa atribut yang superfisial itu sama penting (bahkan lebih penting) dengan substansi.

Konsumtif dapat diartikan sebagai membeli sesuatu yang belum tentu jadi kebutuhannya. Salah satu yang menjadi objek remaja untuk dikonsumsi adalah *junk food*. Seperti yang telah dikatakan sebelumnya, remaja mempunyai berbagai kebutuhan khas, antara lain ikut serta dalam kelompok. Salah satu kegiatan untuk ikut serta dalam kelompok adalah pergi ke pusat keramaian misalnya restoran *junk food*. Menurut Ernawati (Listyorini, 2001), pengkonsumsian *junk food* cenderung meningkat karena pengaruh sosial yang menganggapnya sebagai makanan yang terkenal, bergengsi, dan berbau barat.

Remaja membutuhkan perasaan untuk dihargai, perasaan mampu, dan diterima lingkungannya yang akan memberi dampak pada harga dirinya.

Kebutuhan akan harga diri membuat remaja selalu berusaha mendapatkan dari orang lain di lingkungan di mana remaja itu berbeda. Hal ini disebabkan karena sebagian besar harga diri diperoleh dari pandangan orang lain berupa penghargaan dan penerimaan dalam interaksi sosial (Koentjoro. 1980).

Banyak di antara kita yang tidak menyadari akan bahaya budaya makanan instan seperti mi instan dan makanan cepat saji. Mi instan mengandung vetsin yang dikenal sebagai pemicu tumbuhnya penyakit kanker. Makanan cepat saji seperti *burger* dan *fried chicken* di negeri asalnya saja disebut *junk food* alias makanan sampah karena miskin gizi. Namun, di sini makanan ini laris karena dikaitkan dengan gengsi (Sumardi, 2000).

Gochman (Witari, 1997) mengatakan bahwa hal yang sering terlihat pada remaja adalah kurang dipedulikannya jam makan, bahkan sarapan pagi sering ditinggalkan, sehingga banyak remaja yang menderita maag. Manfaat dari kegiatan makan kurang disadari oleh remaja, seperti kebiasaan makan apapun asal kenyang, ataupun makan sekedar untuk bersosialisasi, demi kesenangan, dan supaya tidak kehilangan status. Unsur-unsur gizi pada makanan yang dikonsumsi kurang diperhatikan, sebab saat memilih makanan remaja lebih mementingkan nilai kesenangan. Tidak jarang makanan yang dipilih oleh remaja sebagai upaya agar mereka tidak kehilangan status dihadapan teman-temannya, sehingga makanan yang dipilih adalah juga makanan yang dipilih oleh teman-temannya, meskipun makanan tersebut tidak memenuhi unsur-unsur gizi yang dibutuhkan tubuh. Sebagai contoh, remaja pada masa sekarang sering beraktivitas di pusat-pusat perbelanjaan, *mall* yang menyediakan tempat-tempat makan berupa makanan *fast food* yaitu berbagai produk olahan siap saji seperti *burger, ice cream, fried chicken, pizza* dan minuman *soft drink* yang berkarbonasi

dan kadar gula tinggi yang sangat intensif dipasarkan. Remaja merupakan sasaran utama karena jumlahnya yang relatif besar dan jenis makanan ini sangat mengundang selera, praktis, dan juga penyajiannya cepat serta menaikkan gengsi. (http://etd.eprints.ums.ac.id/1445/2/F100030037.pdf)

Berkaitan dengan hal tersebut, maka remaja yang mempunyai harga diri tinggi akan merasa tidak perlu meningkatkan penampilan untuk menaikan harga dirinya dengan memakai sesuatu yang praktis seperti mengkonsumsi *junk food*, karena tanpa mengkonsumsipun ia tetap merasa percaya diri dan tetap bisa diterima lingkungannya.

D. Hipotesis

Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah tidak ada hubungan antara perilaku mengkonsumsi *junk food* dengan harga diri remaja. Artinya harga diri tidak berpengaruh pada perilaku mengkonsumsi *junk food*.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel-variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu :

1. Variabel Tergantung : Perilaku mengkonsumsi *junk food*
2. Variabel Bebas : Harga diri remaja

B. Definisi Operasional Variabel Penelitian

1. Perilaku Mengkonsumsi *Junk food*

Perilaku mengkonsumsi *junk food* adalah perilaku mengkonsumsi makanan yang dianggap tidak memiliki nilai nutrisi yang baik, tidak bermanfaat, yang justru merugikan kesehatan, yang biasa disebut makanan sampah. Perilaku makan tidak sehat adalah kebiasaan atau perilaku makan seseorang yang dapat merugikan dalam metabolisme tubuh (Nisa, 2008). Perilaku makan tidak sehat individu dapat dilihat melalui perilaku makan sehari-hari, perilaku makan tidak sehat individu dalam penelitian ini diungkap dengan skala perilaku makan tidak sehat yang dimodifikasi oleh Hartini (1996) dari teori Schachter, Herman, Polivy, serta Herman dan Mack (Ruderman, 1986) yaitu berdasarkan tiga aspek yaitu *external eating, emotional eating, restrained eating.*

Semakin tinggi nilai yang diperoleh maka semakin tinggi perilaku makan tidak sehat. Sebaliknya semakin rendah nilai yang diperoleh maka semakin rendah perilaku makan tidak sehat.

2. Harga diri

Harga diri merupakan evaluasi individu terhadap dirinya sendiri secara positif dan negatif. Evaluasi ini memperlihatkan bagaimana individu menilai dirinya sendiri, diakui atau tidaknya keberhasilan. Penilaian tersebut terlihat dari penghargaan mereka terhadap keberhasilan dan keberartian dirinya. Harga diri tersebut berkembang sesuai dengan kualitas interaksi individu dengan lingkungannya. Pengungkapan harga diri dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan skala harga diri dari Coopersmith yang di adaptasi oleh Lukita Dwi P. yang meliputi *power, significance, virtue, competance.*

Semakin tinggi skor yang diperoleh menunjukkan subjek memiliki harga diri tinggi. Sebaliknya, semakin rendah skor yang diperoleh menunjukkan harga diri subjek rendah.

C. Subjek Penelitian

Subjek yang menjadi sasaran penelitian memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Jenis kelamin pria dan wanita
2. Usia 15-22 tahun

D. Metode Pengumpulan Data

Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini berupa skala. Skala yang digunakan ada dua, yaitu untuk mengukur perilaku mengkonsumsi *junk food* yang

dimiliki oleh subjek, dan skala yang lainnya digunakan untuk mengukur tingkat harga diri yang dimiliki subjek.

Perilaku makan tidak sehat individu dalam penelitian ini diungkap dengan skala perilaku makan tidak sehat yang dimodifikasi oleh Hartini (1996) dari teori Schachter, Herman, Polivy, serta Herman dan Mack (Ruderman, 1986) yaitu berdasarkan tiga aspek yaitu *external eating, emotional eating, restrained eating.*

Angket perilaku mengkonsumsi junk food berjumlah 30 aitem yang terdiri dari 15 aitem *favorable* dan 15 *unfavorable.*

Tabel 1

Blue Print Aitem Mengkonsumsi junk food

Aspek	Nomer Aitem		Jumlah
	Favorable	***Unfavorable***	
External Eating	1,7,13,19,25	4,10,16,22,28	10
Emotional Eating	2,8,14,20,26	5,11,17,23,29	10
Restrained Eating	3,9,15,21,27	6,12,18,24,30	10
Jumlah	15	15	30

Penskoran alat ukur dilakukan melalui pilihan jawaban, SS (Sangat Setuju) bernilai 4, S (Setuju) bernilai 3, TS (Tidak Setuju) bernilai 2, dan STS (Sangat Tidak Setuju) bernilai 1 untuk aitem *favorable.* Untuk aitem *unfavorable* pilihan jawabannya, SS (Sangat Setuju) bernilai 1, S (Setuju) bernilai 2, TS (Tidak Setuju) bernilai 3, dan STS (Sangat Tidak Setuju) bernilai 4. jumlah skor terendah berada pada nilai 30, sedangkan jumlah skor total tertinggi berada pada nilai 120. Dalam

skala ini, semakin tinggi skor yang diperoleh individu, maka semakin tinggi perilaku mengkonsumsi *junk food.* Sebaliknya jika semakin rendah skor yang diperoleh, semakin rendah perilaku mengkonsumsi *junk food.* Untuk lebih jelas dapat dilihat dari tabel 2 di bawah ini.

Tabel 2

Distribusi skala Perilaku mengkonsumsi junk food

	Pernyataan	
	Favorable	***Unfavorable***
Sangat Setuju	4	1
Setuju	3	2
Tidak Setuju	2	3
Sangat Tidak Setuju	1	4

Pengungkapan harga diri dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan skala harga diri dari Coopersmith yang di adaptasi oleh Lukita Dwi P. yang meliputi *power, significance, virtue, competance.*

Angket harga diri berjumlah 40 aitem yang terdiri dari 20 aitem *favorable* dan 20 aitem *unfavorable.*

Tabel 3

Blue Print Aitem Harga Diri

Aspek	**Nomer Aitem**		**Jumlah**
	Favorable	***Unfavorable***	
Power	1,9,17,25,33	5,13,21,29,37	10
Significance	2,10,18,26,34	6,14,22,30,38	10
Virtue	3,11,19,27,35	7,15,23,31,39	10
Competance	4,12,20,28,36	8,16,24,32,40	10
Jumlah	20	20	40

Penskoran alat ukur dilakukan melalui pilihan jawaban, SS (Sangat Setuju) bernilai 4, S (Setuju) bernilai 3, TS (Tidak Setuju) bernilai 2, dan STS (Sangat Tidak Setuju) bernilai 1 untuk aitem *favorable*. Untuk aitem *unfavorable* pilihan jawabannya, SS (Sangat Setuju) bernilai 1, S (Setuju) bernilai 2, TS (Tidak Setuju) bernilai 3, dan STS (Sangat Tidak Setuju) bernilai 4. jumlah skor terendah berada pada nilai 40, sedangkan jumlah skor total tertinggi berada pada nilai 160. Dalam skala ini, semakin tinggi skor yang diperoleh menunjukkan subjek memiliki harga diri tinggi. Sebaliknya, semakin rendah skor yang diperoleh menunjukkan harga diri subjek rendah.

Tabel 4

Distribusi skala Harga Diri

	Pernyataan	
	Favorable	***Unfavorable***
Sangat Setuju	4	1
Setuju	3	2
Tidak Setuju	2	3
Sangat Tidak Setuju	1	4

E. Metode Analisis Data

Analisis data adalah cara yang digunakan dalam mengolah data yang diperoleh sehingga didapat suatu kesimpulan. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis statistik. Metode statistik untuk analisis data dipakai karena statistik bersifat objektif artinya statistik sebagai alat penilaian tidak berbicara lain kecuali apa yang ditunjukkan oleh angka tersebut.

Penelitian ini bertujuan mencari hubungan antara dua variabel. Analisis data penelitian hubungan antara otonomi pada remaja dengan kelekatan pada

orang tua ini, dilakukan dengan menggunakan program SPSS 16.0 .Dilakukan uji Normalitas sebaran dengan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov test*. Dilakukan juga uji Linieritas hubungan dengan *Anova*. Terakhir dilakukan uji Hipotesis penelitian dengan *Bivariate correlations Pearson*.

BAB IV

PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN

A. Orientasi Kancah dan Persiapan

1. Orientasi Kancah

Penelitian ini dilakukan di Yogyakarta, tepatnya di rumah kost-kostan putra dan putri, yang terletak di kawasan Jalan Kaliurang, rumah warga di sekitar Glagahsari, Maguwoharjo, Yogyakarta.

Subjek penelitian adalah mahasiswa dan mahasiswi Universitas Islam Indonesia (UII) yang terdiri dari Fakultas Kedokteran, Fakultas Psikologi dan Ilmu sosial budaya, serta siswa dan siswi Sekolah Menengah Umum di sekitar Yogyakarta. Subjek berstatus mahasiswa dan siswa aktif, berjenis kelamin pria dan wanita, usia 15 - 22 tahun. Subjek berjumlah 60 orang, subjek laki-laki sebanyak 19 orang, dan subjek perempuan sebanyak 41 orang.

2. Persiapan Penelitian

Persiapan yang dilakukan dalam pelaksanaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Persiapan Administrasi

Pada tahap ini peneliti mengunakan surat ijin ataupun surat pengantar penelitian yang dikeluarkan oleh Dekan Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya pada tanggal 01 Maret 2010 dengan nomor 299/Dek/70/Akd/III/2010 yang ditujukan kepada pemilik kost putra maupun putri di kawasan jalan Kaliurang dan rumah warga sekitar

Glagahsari, Maguwoharjo, Yogyakarta. Setelah melakukan penelitian, peneliti tidak mendapatkan surat keterangan telah melakukan penelitian. Hal ini dikarenakan lokasi penelitian dilakukan di tempat non formal, yaitu tempat kost-kostan dan rumah warga.

b. Persiapan Alat Ukur

Alat ukur yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian ini berupa skala perilaku mengkonsumsi *junk food* dan skala harga diri.

1) Skala Perilaku Mengkonsumsi *Junk Food*

Alat ukur perilaku mengkonsumsi *junk food* digunakan untuk mengungkap bagaimana intensitas perilaku mengkonsumsi *junk food* pada subjek penelitian. Skala perilaku mengkonsumsi *junk food* ini disusun oleh peneliti sendiri yang mengacu pada aspek-aspek perilaku *junk food* yang dikemukakan oleh Rudermann tahun 1986 yaitu *External Eating, Emotional Eating, Restrained Eating.* Skala perilaku mengkonsumsi *junk food* ini mempunyai 25 aitem yang terdiri dari 5 aitem *favourable* dan 20 aitem *unfavourable.*

2) Skala Harga Diri

Skala harga diri digunakan untuk mengungkap bagaimana tingkat harga diri subjek penelitian. Skala harga diri ini disusun oleh peneliti sendiri yang mengacu pada aspek-aspek harga diri yang dikemukakan oleh Coopersmith yaitu kekuasaan (*power*), keberanian (*significance*), kebajikan (*virtue*), kemampuan (*competence*). Skala harga diri ini berjumlah 22 aitem yang mencakup 7 aitem *favourabel* dan 15 aitem *unfavourabel.*

c. Uji Coba Alat Ukur

Sebelum digunakan sebagai alat ukur yang sebenarnya, skala yang ada dalam penelitian ini diuji coba terlebih dahulu. Uji coba alat ukur dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui reliabilitas dan validitas alat ukurnya, sehinga dapat diperhitungkan tingkat kelayakannya. Uji coba alat ukur dilaksanakan 4 November 2009 sampai dengan 9 Desember 2009. Penyebaran angket dengan cara membagikan angket ke penghuni kost di kawasan jalan Kaliurang. Kuisioner yang diberikan sebanyak 50 buah, semuanya memenuhi syarat untuk dianalisis.

d. Hasil Uji Coba Ukur

Berdasarkan data yang diperoleh melalui data alat ukur, maka proses selanjutnya dilakukan uji reabilitas dan validitas alat ukur. Proses pengujian ini dilakukan menggunakan program SPSS seri 16.0 *for windows*. Seleksi aitem untuk skala perilaku mengkonsumsi junk food dan skala harga diri menggunakan batas kritis ≥ 0,25 sehingga aitem yang memiliki nilai melebihi atau sama dengan batas kritis dapat digunakan dalam penelitian ini.

1) Skala perilaku mengkonsumsi *junk food*

Dari 30 aitem yang dianalisa ada 5 aitem yang gugur yaitu aitem 9,12, 14, 15, 16. Ini berarti 25 aitem yang dinyatakan valid. Koefisien korelasi aitem total bergerak dari 0,306 sampai dengan 0,646 dan uji reliabilitas menggunakan teknik korelasi Cronbach Alpha, dimana koefisien reliabilitas alphanya adalah 0,888.

Tabel 5
Distribusi butir skala Perilaku Mengkonsumsi junk food setelah uji coba

Aspek	Nomer Aitem		Jumlah
	Favorable	*Unfavorable*	
External Eating	23	1,4,7,9,11,14,17,20	9
Emotional Eating	2	5,8,10,12,15,18,21,24	9
Restrained Eating	3,16,22	6,13,19,25	7
Jumlah	5	20	25

2) Skala harga diri

Dari 40 aitem yang di analisa ada 18 aitem yang gugur yaitu aitem 1, 2, 3, 5, 9, 10, 11, 12, 17, 18, 19, 22, 23, 25, 26, 30, 31, 34. Ini berarti 22 aitem yang dinyatakan valid. Koefisien korelasi aitem total bergerak dari 0,276 sampai dengan 0,575 dan uji reliabilitas menggunakan teknik korelasi Cronbach Alpha, dimana koefisien reliabilitas alphanya adalah 0,829.

Tabel 6
Distribusi butir skala Harga Diri setelah uji coba

Aspek	Nomer Aitem		Jumlah
	Favorable	*Unfavorable*	
Power	16	5,10,14,19	5
Significance		2,6,20	3
Virtue	12,17	3,7,21	5
Competance	1,9,13,18	4,8,11,15,22	9
Jumlah	7	15	22

B. Pelaksanaan Penelitian

Pengambilan data penelitian dilakukan pada tanggal 13 Maret 2010 – 31 Maret 2010. Pada saat penelitian dilakukan, keadaan subyek secara umum cukup baik. Kebanyakan subyek tidak sedang melakukan aktivitas, karena sedang beristirahat di tempat kostnya maupun di rumah. Prosedur pelaksanaan

penelitian ini yaitu, alat ukur berupa skala diberikan pada subjek penelitian, mereka diminta mengisi skala tersebut sesuai dengan petunjuk yang tertera pada skala. Setelah selesai mengisi, skala dikembalikan pada peneliti.

C. Analisis Hasil dan Hasil Penelitian

Analisis data digunakan untuk menguji hipotesis. Setelah seluruh data diperoleh maka dilakukan uji asumsi yang meliputi uji normalitas dan uji linieritas. Uji normalitas dan uji linieritas digunakan sebagai prasyarat analisis sebelum melakukan analisis korelasi. Semua uji prasyarat dilakukan agar kesimpulan yang diambil tidak menyimpang dari kebenaran. Semua uji asumsi dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS 16.0 *for windows*.

1. Deskripsi Subyek Penelitian

Setelah dilakukan pengambilan data terhadap subyek penelitian, maka dapat dilihat gambaran umum mengenai karakteristik subyek penelitian yang dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 7
Deskripsi Subyek Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Prosentase
Pria	19	31,67%
Wanita	41	68,33%
Jumlah	60	100%

Berdasarkan tabel 7 dapat diketahui bahwa subyek penelitian yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 19 orang atau sebesar 31,67% sedangkan subyek penelitian yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 41 orang atau sebesar 68,33%.

Tabel 8
Deskripsi Subyek Penelitian Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Prosentase
15 tahun	8	13,33%
16 tahun	14	23,33%
17 tahun	13	21,67%
18 tahun	3	5%
19 tahun	2	3,33%
20 tahun	7	11,67%
21 tahun	10	16,67
22 tahun	3	5%
Jumlah	60	100%

Tabel 8 menunjukkan usia subyek penelitian berkisar antara 18 – 23 tahun. Adapun subyek yang berusia 15 tahun berjumlah 8 orang atau 13,33%. Subyek yang berusia 16 tahun berjumlah 14 orang atau 23,33%. Subyek yang berusia 17 tahun berjumlah 13 orang atau 21,67%. Subyek yang berusia 18 tahun berjumlah 3 orang atau 5%. Subyek yang berusia 19 tahun berjumlah 2 orang atau 3,33%. Subyek yang berusia 20 tahun berjumlah 7 orang atau 11,67%. Subyek yang berusia 21 tahun berjumlah 10 orang atau 16,67%. Dan subyek yang berusia 22 tahun berjumlah 3 orang atau 5%.

2. Deskripsi Data Penelitian

Untuk mendapatkan informasi mengenai keadaan subjek pada variable yang diteliti maka data penelitian ini dibuat dalam kategorisasi. Penggunaan metode ini didasarkan pada suatu asumsi bahwa skor subjek dalam kelompoknya merupakan estimasi terhadap skor subjek dalam populasinya dan skor tersebut terdistribusikan secara normal. Menurut Azwar (2008) kriteria kategori dapat dipakai sebagai acuan untuk mengelompokkan kelompok subjek pada skor data empirik yang diperoleh. Tujuan deskripsi ini adalah untuk mengetahui tinggi rendahnya hasil yang diperoleh subjek dalam penelitian.

Dalam penelitian ini peneliti membuat kategorisasi pada masing-masing variabel dengan menggolongkan subjek dalam lima kategorisasi yaitu sangat rendah, rendah, sedang, tinggi, dan sangat tinggi.

Tabel 9
Deskripsi Statistik Data Penelitian

Variabel	Hipotetik				Empirik			
	X_{min}	X_{max}	Mean	SD	X_{min}	X_{max}	Mean	SD
Perilaku Mengkonsumsi Junk Food	25	100	62.5	12.5	46	97	77.40	9.541
Harga diri	22	88	55	11	53	85	67.05	5.65213

Ket : X_{min} : Skor Total Minimum
Xmax : Skor Total Maximum

Selanjutnya penelitian ini mengelompokkan skor perilaku mengkonsumsi *junk food* dan skala harga diri menjadi lima kategori yaitu sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, dan sangat rendah. Jenjang kategori ini bertujuan untuk menempatkan individu ke dalam kelompok-kelompok yang terpisah menurut kontinum berdasarkan atribut yang diukur (Azwar, 2008). Berikut ini adalah kriteria skala :

Tabel 10
Kriteria Kategori Skala

Kategori	Nilai
Sangat Tinggi	$X > (\mu + 1.8\,\sigma)$
Tinggi	$(\mu + 0.6\,\sigma) < X \leq (\mu + 1.8)$
Sedang	$(\mu - 0.6\,\sigma) < X \leq (\mu + 0.6\,\sigma)$
Rendah	$(\mu - 1.8\,\sigma) \leq X \leq (\mu - 0.6\,\sigma)$
Sangat Rendah	$X \leq (\mu - 1.8\,\sigma)$

Ket : X = Skor Total
μ = Mean Empirik
σ = Standar Deviasi Empirik

a. Perilaku mengkonsumsi *junk food*

Kategorisasi perilaku mengkonsumsi *junk food* sebagai berikut :

Tabel 11
Kategori perilaku mengkonsumsi junk food

Skor	Kategori	Frekuensi	Prosentase
x > 94,57	Sangat Tinggi	2	3.33%
83,12 < x ≤ 94,57	Tinggi	12	20%
71,67 < x ≤ 83,12	Sedang	38	63.3%
60,22 ≤ x ≤ 71,67	Rendah	5	8.34%
x < 60,22	Sangat Rendah	3	5%
Jumlah		60	100%

Berdasarkan tabel di atas kategorisasi perilaku mengkonsumsi junk food untuk kategori sangat tinggi sebanyak 2 orang (33.3%), kategori tinggi sebanyak 12 orang (20%), kategori sedang 38 orang (63.3%), kategori rendah sebanyak 5 orang (8.34%) dan kategori sangat rendah sebanyak 3 orang (5%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa perilaku mengkonsumsi *junk food* pada remaja di Yogyakarta berada pada kategori sedang (63.3%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar subjek penelitian memiliki perilaku mengkonsumsi *junk food* berada pada kategori sedang. Rentang skor pada kategori sedang adalah antara 71.67 sampai dengan 83.12. Jumlah subjek pada kategori sedang ini paling banyak apabila dibandingkan dengan rentang skor pada kategori yang lain.

b. Harga Diri

Kategorisasi *Harga Diri* sebagai berikut :

Tabel 12
Kategori harga diri

Skor	Kategori	Frekuensi	Prosentase
x > 77,22	Sangat Tinggi	3	5%
70,44 < x ≤ 77,22	Tinggi	9	15%
63,65 < x ≤ 70,44	Sedang	40	66,67%
56,87 ≤ x ≤ 63,65	Rendah	6	10%
x < 56,87	Sangat Rendah	2	3,33%
Jumlah		60	100%

Berdasarkan tabel di atas kategorisasi perilaku harga diri untuk kategori sangat tinggi sebanyak 3 orang (5%), kategori tinggi sebanyak 9 orang (15%), kategori sedang 40 orang (66.67%), kategori rendah sebanyak 6 orang (10%) dan kategori sangat rendah sebanyak 2 orang (3.33%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa harga diri pada remaja di Yogyakarta berada pada kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar subjek penelitian memiliki harga diri yang sedang. Rentang skor pada kategori sedang adalah antara 63,65 sampai dengan 70,44. Jumlah subjek pada kategori sedang ini paling banyak apabila dibandingkan dengan rentang skor pada kategori yang lain.

3. Hasil Uji Asumsi

Uji asumsi dilakukan sebelum data dianalisis, yakni meliputi uji normalitas dan uji linieritas. Uji normalitas dan uji linieritas merupakan syarat sebelum dilakukannya pengetesan nilai korelasi, maksudnya adalah agar kesimpulan yang ditarik tidak menyimpang dari kebenaran yang seharusnya.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah variabel penelitian ini telah terdistribusi secara normal atau tidak.

Tabel 13
Hasil Uji Normalitas

Variabel	Skor KS-Z	P	Kategori
Perilaku Mengkonsumsi *Junk Food*	1.464	0.028	Normal
Harga Diri	1.250	0.088	Normal

Uji normalitas dengan menggunakan teknik *one-sample Kolmogorof-Smirnov Test* dari program SPSS 16.0 *for Windows* menunjukkan nilai K-SZ sebesar 1.464 dengan nilai $p = 0.028$ ($p < 0.05$)

untuk perilaku mengkonsumsi *junk food*. Nilai K-SZ sebesar 1.250 dengan p = 0.088 (p > 0.05) untuk harga diri. Hasil uji normalitas ini menunjukkan bahwa perilaku mengkonsumsi *junk food* memiliki sebaran tidak normal karena p<0.05 dan harga diri memiliki sebaran normal.

b. Uji Linieritas

Uji linieritas dilakukan untuk mengetahui apakah variabel perilaku mengkonsumsi *junk food* dan variabel harga diri memiliki hubungan yang linear. Hubungan antara kedua variabel dikatakan linier apabila p<0.05 begitu pula sebaliknya, hubungan antara kedua variabel dikatakan tidak linier apabila p>0.05.

Tabel 14
Hasil Uji Linieritas

Uji Linieritas	F *Linierity*	P	Kategori
Harga diri dengan Perilaku mengkonsumsi *junk food*	14.267	0.001	Linier

Hasil uji linieritas dengan menggunakan program *Statistical Product Service Solution (SPSS) for Windows* versi 16.0 dengan teknik *Compare Means* menunjukkan F = 14.267 dan p = 0.001. Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat dikatakan bahwa hubungan antara variabel perilaku mengkonsumsi *junk food* dan variabel harga diri linier karena p<0.05.

4. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui tidak adanya hubungan antara perilaku mengkonsumsi *junk food* dengan harga diri. Uji hipotesis ini menggunakan analisis statistic korelasi dari Pearson dengan menggunakan program komputer *Statistical Product Service Solution (SPSS) for Windows* versi 16.0.

Tabel 15
Hasil Uji Hipotesis

Variabel	r	P	P < 0.05	Kategori
Harga diri dengan Perilaku Mengkonsumsi *junk food*	0.416	0.001	0.001< 0.05	Signifikan

Hasil analisis data menunjukkan korelasi antara variabel harga diri dengan perilaku mengkonsumsi *junk food* r = 0.416 dengan p = 0.001 (p<0.05). Hal ini menunjukkan bahwa tidak adanya hubungan yang signifikan antara variabel harga diri dengan perilaku megkonsumsi *junk food* pada remaja sehingga hipotesis yang diajukan **diterima**.

D. Pembahasan

Data yang didapatkan dari penelitian ini memiliki sebaran yang normal dan memiliki korelasi yang linier sehingga analisis data menggunakan teknik korelasi *product moment* dari *Pearson*. Hasil analisis data yang telah dilakukan menunjukkan bahwa besarnya koefisien korelasi antara variabel perilaku mengkonsumsi *junk food* dengan harga diri adalah sebesar 0.416 dengan p = 0.001. Hal ini berarti bahwa hipotesis yang diajukan peneliti terbukti tidak mempunyai hubungan yang signifikan, dengan kata lain harga diri tidak memiliki korelasi dengan perilaku mengkonsumsi *junk food*.

Berdasarkan hasil penelitian, maka remaja yang mempunyai harga diri tinggi akan merasa tidak perlu meningkatkan penampilan untuk menaikan harga dirinya dengan memakai sesuatu yang praktis seperti mengkonsumsi *junk food*, karena tanpa mengkonsumsipun ia tetap merasa percaya diri dan tetap bisa diterima lingkungannya. Pendapat tersebut sesuai dengan penjelasan yang dikemukakan oleh Koentjoro (1980) yang mengungkap bahwa remaja membutuhkan perasaan untuk dihargai, perasaan mampu, dan diterima

lingkungannya yang memberi dampak pada harga dirinya. Hal ini disebabkan karena sebagian besar harga diri diperoleh dari pandangan orang lain berupa penghargaan dan penerimaan dalam interaksi sosial.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku mengkonsumsi *junk food* yang dimiliki subjek berada pada kategori sedang, dan harga diri yang dimiliki subjek berada pada kategori sedang, berarti bahwa harga diri tidak berpengaruh bagi remaja melakukan perilaku mengkonsumsi *junk food* yang didorong oleh faktor dari dalam diri individu (faktor internal) remaja tersebut untuk mengkonsumsi *junk food*. Setiap orang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya yang bermacam-macam, salah satunya adalah memenuhi kebutuhan untuk makan. Pada usia remaja, terkadang kebutuhan akan makanan dijadikan kebutuhan yang tidak lagi primer, contohnya mengkonsumsi *junk food* atau mendatangi restoran *junk food* supaya bisa diterima oleh lingkungan atau interaksi sosialnya. Pernyataan ini sependapat dengan Ernawati (tabloid Nova, dalam Listyorini, 2001) yang menyatakan bahwa pengkonsumsian *junk food* cenderung meningkat karena pengaruh sosial yang dianggap sebagai makanan yang terkenal, bergengsi, dan berbau barat.

Penelitian ini tidak lepas dari adanya kelemahan-kelemahan. Kelemahan dalam penelitian ini adalah tidak dilakukan kontrol terlebih dahulu terhadap variabel-variabel yang diprediksikan dapat mempengaruhi perilaku mengkonsumsi *junk food* sehingga variabel harga diri hanya memberikan sedikit sumbangan efektif yang kecil terhadap perilaku mengkonsumsi *junk food*. Dalam pengisian angket oleh subjek, peneliti tidak dapat mengetahui dengan pasti apakah sybjek mengisi dengan jujur dan yang sebenarnya atau tidak. Bisa saja

terjadi *faking good*, subjek ingin terlihat baik dimata orang lain, sehingga tidak mengisi angket dengan jujur.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, hipotesis penelitian antara perilaku mengkonsumsi *junk food* dengan harga diri adalah **diterima.** Harga diri seseorang tidak dapat mempengaruhi perilaku mengkonsumsi *junk food*. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara perilaku mengkonsumsi *junk food* dengan harga diri.

B. Saran

Berdasarkan penalitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka peneliti memberikan saran pada peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan tema serupa. Saran dari peneliti adalah agar dapat menggunakan teori-teori terbaru, sehingga dapat lebih mengembangkan penelitian yang dilakukan, dan dengan menggunakan teori-teori terbaru, dapat dibuat alat ukur baru yang lebih baik tentunya.

Mengingat kelemahan dalam penelitian ini, yaitu tidak dapatnya mengontrol kejujuran subjek dalam mengisi angket. Maka diharapkan peneliti selanjutnya dapat membuat alat ukur, berupa angket yang dapat meminimalisasikan ketidakjujuran subjek dalam mengisi angket. Dalam memilih aspek-aspek perilaku mengkonsumsi junk food, banyak terkait dengan perilaku makan makanan yang tidak sehat. Diharapkan peneliti selanjutnya mungkin dapat memilih subjek yang yang lebih umum cakupannya, sehingga hasil dari penelitian lebih dapat digeneralisasikan secara umum.

DAFTAR PUSTAKA

Affif, F. 1994. *Psikologi Penjualan.* Bandung : Aksara

Alam, S. 2006. *Ekonomi: jilid 1 Untuk SMA dan MA Kelas X*

Ardaninggar, E..1995. *Hubungan Antara Konsep Diri dengan Kecenderungan Perilaku Konsumtif pada Remaja Putri.* Skripsi. Universitas Katolik Soegijaprana

Assael, H. 1995. *Consumer Behavior and Marketing Action.* New York University: Kent Publishing Company. Boston, Masschusetts A Division by Wads Worth, Inc.

Azwar, S. 2008. *Penyusunan Skala Psikologi.* Yogyakarta : Pustaka Pelajar Offset.

Coopersmith, S. 1967. *The Antecedents of Self-Esteem.* San Fransisco: Freeman

Engel, S. F.,Blackwell, R. D., and Miniard, P.W. 1994. *Perilaku Konsumen. Edisi ke-6 Jilid 1.* Jakarta: Binarupa Aksara

http://electronicjournal

http://etd.eprints.ums.ac.id/1445/2/F100030037.pdf

http://id.wikipedia.org/wiki/Konsumsi

http://toanis.wordpress.com

http://unnesdiskusi.blogspot.com/2007/08/teori-konsumsi.html

http://www.bawean.info

Hurlock, E. B. .1998. *Perkembangan Anak.* Alih Bahasa oleh Soedjarmoe dan Istiwidayanti. Jakarta: Erlangga

Listyorini, I. 2001. *Kecenderungan Perilaku Terhadap Junk Food Ditinjau Dari Harga Diri.* Skripsi. Universitas Katolik Soegijaprana.

Loudon, D., Bitta, Albert, J. Della. 1988. *Consumer Behavior.* New york : Mc Graw Hill International Company

Koentjoro, (1989). *Perbedaan Harga Diri Remaja di Daerah Miskin Penghasil Pelacur dan Bukan Penghasil Pelacur.* Laporan Penelitian. Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM

Mangkunegara, A. P. 2002. *Perilaku Konsumen.* Bandung : Refika

Mappiare. 1982. *Psikologi Remaja.* Surabaya: Usaha Nasional

Monks, F. J., Knoers, A. M. P. 1994. *Psikologi Perkembangan: Pengantar dalam Berbagai Bagiannya.* Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada

Nisa, A. K. 2008. *Harga Diri dan Perilaku Makan Tidak Sehat pada Remaja Putri.* Skripsi. Universitas Islam Indonesia

Novasari, T. 2009. Analisis Perilaku Siswa Lembaga Bahasa Dan Pendidikan Profesional Lia (Lbpp-Lia) Dalam Mengkonsumsi Makanan Cepat Saji Palembang Tahun 2009. Jurnal

Pamela, E., Waruwu, F. E. 2005. *Efektivitas LVEP (Living Values: An Educational Program) dalam Meningkatkan Harga Diri Remaja Akhir.* Jurnal Provitas volume 2; no.1; Mei 2006

Pervin, L. A., Cervone, D., Jhon O. P. 2005. *Personality Theory and Research.* USA: Jhon Wiley&Sons, Inc

Purnamasari, L. D. 2005. *Harga Diri ditinjau dari Status Keluarga Bercerai dan Keluarga Tidak Bercerai.* Skripsi. Universitas Islam Indonesia

Ruderman, A.J., 1986. Dietary Restraint: A Theoritical and Empirical Review. Psychological Bulletin, Vol. 99, No. 2

Sari, R. W. 2008. *Dangerous Junk Food*

Simamora, B. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen.* Jakarta

Sriati, A. 2008. *Harga Diri Remaja.* Universitas Padjajaran Fakultas Ilmu Keperawatan. Jatinangor

Suryana, A., Ariani, M.,Lokollo, I. M. 2008. *The Role Of Modern Markets In Influencing Lifestyles In Indonesia.* Jurnal Litbang Pertanian, 27(1), 2008

Tjahjaningsih, Nuryanto, S. 1994. *Harga Diri Remaja yang Bertempat Tinggal di Dalam Lingkungan Kompleks Pelacuran dan di Luar Lingkungan Kompleks Pelacuran.* Jurnal Psikologi no 2, 9-16

Umar, H. 2000. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen.* Jakarta Business

LAMPIRAN 1

ANGKET TRY OUT

Petunjuk.....
Sehubungan dengan penelitian yang saya lakukan, saya mohon kesediaan dari anda untuk mengisi angket ini. Dalam pengisian angket ini, sangat diharapkan kejujuran dari anda, Dan perlu diingat bahwa **TIDAK** ada jawaban yang salah dalam pengisian angket ini.

Bacalah setiap pernyataan yang ada dengan seksama, lalu isilah dengan memberi tanda silang (X) pada kotak pilihan jawaban yang ada disebelah kanan pernyataan. (***sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS)*** atau ***sangat tidak setuju (STS)***) Pilihlah jawaban yang paling sesuai dengan diri anda.

Jangan sampai ada pernyataan yang terlewatkan oleh anda..... ☺☺

Silahkan memulai dengan mengisi identitas terlebih dahulu.....

Nama : (Boleh Inisial)

Jenis kelamin : Pria/Wanita

Umur :

- Dalam satu bulan anda datang ke restoran cepat saji atau membeli produk-produknya.....

  - 1-5 kali sebulan
  - 6-10 kali sebulan
  - > 10 kali sebulan

Skala 1

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Saya lebih suka membeli junk food daripada makanan yang ada di warung.				
2.	Saya mendisiplinkan diri untuk mengontrol apa yang saya makan.				
3.	Karena saya sedang diet, saya memilih makan yang berserat daripada makan junk food yang mengandung banyak lemak.				
4.	Saya lebih suka makan di restoran junk food daripada makan di rumah.				
5.	Sesuatu yang membuat saya merasa bangga adalah bila saya makan junk food.				
6.	Saya lebih suka menghabiskan uang untuk membeli junk food dibanding menabung untuk membeli keperluan lain.				
7.	Karena sedang nge-trend, maka saya membeli produk junk food yang ada souvenirnya.				
8.	Jika saya tidak membeli junk food saya akan dikucilkan oleh teman-teman.				
9.	Saya tidak mudah terbujuk teman dalam membeli junk food.				
10.	Menurut saya, membeli junk food dapat menaikkan gengsi.				
11.	Saya selalu makan junk food saat saya patah hati.				
12.	Junk food adalah makan sampah, tetapi saya tetap mengkonsumsinya.				
13.	Rasa percaya diri saya menjadi tinggi bila saya menunjukkan pada teman bahwa saya sudah membeli junk food				
14.	Saya makan junk food banyak jika suasan hati saya sedang tidak bagus.				
15.	Saya tidak menyukai junk food karena tidak memberi dampak positif pada kesehatah saya.				
16.	Keinginan saya untuk membeli junk food dipengaruhi oleh teman saya.				
17.	Saya merasa perlu membeli produk junk food seperti teman saya.				
18.	Sering makan junk food seperti				

	yang lain adalah mengikuti perkembangan jaman.				
19.	Dengan membeli junk food yang mahal, saya merasa lebih percaya diri.				
20.	Saya akan pergi ke restoran cepat saji dan makan ketika saya sedang kesepian.				
21.	Rasa bangga yang ada dalam diri saya tidak diukur dengan junk food.				
22.	Saya sering makan junk food karena lebih praktis.				
23.	Perasaan saya senang setelah makan makanan cepat saji.				
24.	Saya menyukai junk food karena merupakan produk makanan dari luar negeri.				
25.	Bila teman saya suka makan maknan tradisional maka saya suka makan junk food.				
26.	Sewaktu ada suatu hal yang bertentangan dengan saya, saya mempunyai dorongan untuk makan makanan cepat saji.				
27.	Saya tidak ikut membeli junk food karena saya hanya membeli makanan yang benar-benar saya suka.				
28.	Jika melewati restoran junk food, saya tidak terlalu ingin membeli produknya.				
29.	Saya berkeinginan kuat untuk makan junk food saat sesuatu yang tidak menyenangkan terjadi.				
30.	Saya merasa bangga jika sedang memakan junk food.				

Petunjuk.....
Sehubungan dengan penelitian yang saya lakukan, saya mohon kesediaan dari anda untuk mengisi angket ini. Dalam pengisian angket ini, sangat diharapkan kejujuran dari anda, Dan perlu diingat bahwa **TIDAK** ada jawaban yang salah dalam pengisian angket ini.

Bacalah setiap pernyataan yang ada dengan seksama, lalu isilah dengan memberi tanda silang (✕) pada kotak pilihan jawaban yang ada disebelah kanan pernyataan. (***sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS)*** atau ***sangat tidak setuju (STS)***) Pilihlah jawaban yang paling sesuai dengan diri anda.

Jangan sampai ada pernyataan yang terlewatkan oleh anda..... ☺☺

Silahkan memulai dengan mengisi identitas terlebih dahulu.....

Nama : (Boleh Inisial)

Jenis kelamin : Pria/Wanita

Umur :

- Dalam satu bulan anda datang ke restoran cepat saji atau membeli produk-produknya.....

  - 1-5 kali sebulan
  - 6-10 kali sebulan
  - > 10 kali sebulan

Skala 2

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Teman-teman menghargai pendapat saya.				
2.	Menurut teman-teman, saya orang yang menyenangkan.				
3.	Saya hanya memperdulikan penilaian yang positif dari diri saya, dan mengabaikan yang lainnya.				
4.	Semua persaoalan bisa saya hadapi dengan baik.				
5.	Saya menunjukkan kesalahan orang lain, seberapapun kecilnya.				
6.	Saya merasa diabaikan oleh keluarga saya.				
7.	Saya suka ingkar janji karena membuat saya merasa berkuasa.				
8.	Saya kurang yakin akan prestasi saya disekolah. ketidakmampuan saya menyebabkan saya gagal.				
9.	Pengambilan keputusan bisa saya lakukan sendiri.				
10.	Teman-teman saya sering menceritakan masalahnya kepada saya.				
11.	Jika seseorang jatuh cinta, saya akan melakukan yang terbaik bahwa saya layak dicintai.				
12.	Kemampuan yang saya bisa diandalkan.				
13.	Dalam diskusi kelompok, saya kurang bisa memimpin dengan baik.				
14.	Teman-teman merasa terganggu dengan kehadiran saya bila sedang membicarakan sesuatu.				
15.	Saya dikagumi teman-teman jika saya sering membolos.				
16.	Saya merasa gagal dalam mencapai cita-cita sehingga saya meragukan kemampuan saya.				
17.	Ide saya yang cemerlang sering dibutuhkan sebagai jalan keluar dari masalah-masalah yang dihadapi teman saya.				
18.	Saya rasa teman-teman menyukai kehadiran saya.				
19.	Menurut saya, berbohong itu merugikan diri sendiri dan orang lain.				
20.	Saya selalu optimis dalam menjalani hidup.				
21.	Pendapat saya selalu tidak dibutuhkan dalam diskusi kelompok.				

22.	Ide saya tidak pernah dijadikan acuan dalam diskusi kelompok.				
23.	Saya merasa hebat saat saya melawan orang tua.				
24.	Saya merasa takut jika di hadapkan dengan persaingan.				
25.	Saya pantas untuk dihormati.				
26.	Saya merasa keberadaan saya diakui saat melakukan kegiatan bersama keluarga.				
27.	Saya suka menolong teman saya yang sedang kesulitan.				
28.	Saya bangga dengan prestasi saya di sekolah.				
29.	Meskipun apa yang pernah saya katakan benar, tapi tidak pernah dipedulikan oleh teman saya.				
30.	Keluarga selalu membutuhkan kehadiran saya.				
31.	Saya merasa puas saat saya menggunjingkan teman saya.				
32.	Karena merasa tidak yakin akan kemampuan, saya suka meminta bantuan orang lain dalam memecahkan masalah.				
33.	Ketika ada kerja kelompok, teman-teman biasanya menunjuk saya sebagai ketua kelompok.				
34.	Saya populer diantara temen-teman sebaya saya.				
35.	Rajin beribadah membuat saya lebih bahagia.				
36.	Saya akan berusaha maksimal untuk mendapatkan prestasi yang saya inginkan.				
37.	Saya dianggap orang yang tidak mempunyai prinsip oeleh teman-teman saya.				
38.	Saya merasa diasingkan oleh teman-teman saya.				
39.	Saya tidak merasa bersalah saat mencontek.				
40.	Saya akan berhenti berusaha jika mengalami suatu kegagalan.				

LAMPIRAN 2

DATA TRY OUT PERILAKU MENGKONSUSMI JUNK FOOD DAN HARGA DIRI

SUBJEK	JF1	JF2	JF3	JF4	JF5	JF6	JF7
1	3	4	2	3	2	3	2
2	2	2	4	3	3	2	2
3	2	3	3	3	3	3	2
4	2	3	4	4	4	4	1
5	1	3	3	4	4	2	1
6	1	4	4	4	4	4	1
7	3	3	2	3	3	3	1
8	3	4	4	4	4	4	1
9	3	3	2	3	3	3	3
10	2	3	2	3	4	4	1
11	2	2	2	3	3	3	2
12	2	3	3	4	3	2	1
13	1	2	2	3	3	4	1
14	1	4	4	4	4	4	1
15	2	3	3	3	3	3	2
16	2	2	3	3	3	3	2
17	4	2	1	1	4	1	2
18	2	4	4	4	4	4	3
19	2	3	2	3	3	3	2
20	2	3	3	3	3	2	2
21	3	2	2	2	4	3	3
22	3	3	3	3	4	3	2
23	2	3	3	3	3	3	2
24	2	4	3	4	4	4	2
25	2	2	4	4	4	4	1
26	2	3	3	3	2	4	2
27	2	3	2	3	3	3	2
28	2	3	3	3	3	3	1
29	1	3	4	3	4	4	1
30	3	3	4	3	3	3	2
31	3	4	4	4	4	4	1
32	2	3	2	2	3	3	1
33	2	3	2	3	3	4	1
34	3	4	3	4	3	4	2
35	2	3	2	3	3	3	2
36	3	2	2	3	3	2	3
37	3	3	3	3	3	3	2
38	2	3	3	3	3	3	3
39	2	2	2	3	4	4	2
40	1	4	3	3	3	3	2
41	3	2	2	3	3	2	3
42	2	3	3	3	3	3	3
43	3	3	3	3	3	2	3
44	3	3	4	3	3	3	3
45	2	3	4	3	3	3	3
46	3	2	2	3	3	2	3
47	3	3	4	3	3	3	2
48	3	3	3	2	3	2	3
49	3	3	3	3	3	3	3
50	3	3	3	3	4	4	2

SUBJEK	JF8	JF9	JF10	JF11	JF12	JF13	JF14
1	1	3	2	3	3	2	3
2	1	2	4	3	2	1	2
3	2	3	3	3	3	2	1
4	1	4	2	4	2	3	1
5	1	4	4	4	2	1	2
6	2	3	4	4	2	1	2
7	1	4	4	4	3	1	1
8	1	2	3	3	2	2	2
9	2	3	3	3	4	2	2
10	2	2	3	3	2	2	2
11	1	2	4	4	4	1	1
12	1	3	4	3	2	1	1
13	1	1	4	4	4	1	1
14	1	4	4	4	4	1	1
15	1	2	2	2	2	2	1
16	2	3	3	3	3	2	2
17	1	2	4	4	3	1	2
18	1	1	3	2	3	2	3
19	2	2	3	4	2	2	2
20	2	2	3	3	3	2	2
21	1	3	4	4	3	1	2
22	1	3	3	1	1	1	3
23	2	2	3	3	2	2	2
24	1	4	4	4	3	1	1
25	1	4	4	4	2	1	1
26	1	4	3	1	4	2	3
27	2	3	3	3	2	2	2
28	1	3	3	4	2	3	3
29	1	2	4	4	1	1	4
30	1	2	4	4	2	2	1
31	1	3	4	4	2	1	1
32	2	3	3	3	2	3	2
33	1	3	3	4	2	4	1
34	1	3	4	4	3	1	2
35	1	1	4	4	4	1	1
36	2	3	2	3	1	2	3
37	2	3	3	3	2	1	2
38	1	3	3	3	2	2	2
39	1	3	4	3	3	1	2
40	1	4	3	3	3	2	2
41	2	1	4	3	1	2	3
42	1	2	4	4	2	1	2
43	2	2	2	2	2	2	2
44	2	3	3	3	2	2	2
45	1	3	3	3	2	1	2
46	2	3	3	3	1	3	2
47	1	3	3	3	3	2	2
48	2	4	3	3	1	3	3
49	1	3	3	2	2	2	3
50	2	4	3	3	3	1	1

SUBJEK	JF15	JF16	JF17	JF18	JF19	JF20	JF21
1	3	3	3	2	2	3	3
2	2	3	3	3	2	2	4
3	4	2	3	2	2	3	3
4	4	2	4	2	2	2	3
5	3	3	4	4	1	2	4
6	3	3	4	4	1	2	4
7	2	4	3	3	2	2	4
8	3	3	3	3	2	3	2
9	2	2	3	2	2	2	4
10	3	3	3	3	2	2	3
11	1	4	3	3	2	2	2
12	4	3	3	4	1	2	4
13	4	2	4	2	2	1	4
14	3	3	3	4	2	1	4
15	2	3	3	3	2	2	4
16	3	2	3	2	2	2	3
17	2	3	3	2	3	2	2
18	1	4	4	4	1	3	1
19	4	3	3	3	2	2	3
20	2	2	2	2	2	3	3
21	2	4	4	4	1	1	3
22	2	4	4	4	1	3	4
23	3	3	3	3	2	2	2
24	4	3	4	3	1	1	4
25	3	4	4	4	1	1	4
26	3	3	4	4	1	1	4
27	2	3	3	3	2	2	3
28	2	3	3	3	2	2	4
29	4	4	4	4	1	4	4
30	2	3	3	3	2	2	4
31	3	1	4	4	1	1	4
32	3	3	3	2	3	2	3
33	2	2	4	4	1	1	4
34	2	3	3	4	1	3	1
35	1	4	3	4	3	2	4
36	3	3	4	2	3	3	1
37	3	3	3	2	2	2	2
38	3	3	3	2	2	2	2
39	1	4	3	3	2	2	2
40	4	2	3	3	1	2	3
41	3	3	3	2	2	3	1
42	3	2	2	2	1	3	4
43	3	3	3	2	1	3	3
44	3	3	3	2	2	2	2
45	3	3	3	2	2	2	1
46	2	2	3	1	2	2	2
47	3	3	3	3	2	2	3
48	3	2	2	4	3	3	4
49	3	3	3	2	2	3	2
50	4	3	3	3	1	2	1

SUBJEK	JF22	JF23	JF24	JF25	JF26	JF27	JF28
1	2	3	3	2	2	3	2
2	3	3	3	1	2	3	2
3	2	2	3	1	2	3	2
4	2	4	4	1	1	4	1
5	2	4	4	1	2	4	2
6	2	3	3	1	2	4	2
7	1	3	3	2	2	3	2
8	2	3	3	2	2	2	2
9	2	2	2	2	3	3	2
10	3	3	4	2	2	4	2
11	1	2	3	2	2	2	3
12	2	3	4	1	3	2	3
13	3	3	3	2	2	3	2
14	2	2	3	2	1	3	2
15	2	3	3	2	3	2	3
16	2	3	3	2	2	3	2
17	1	1	3	3	4	2	4
18	4	3	4	2	3	4	1
19	1	3	3	2	2	4	2
20	2	2	3	2	2	2	3
21	2	1	4	2	1	4	2
22	3	3	3	1	3	3	2
23	3	3	3	2	2	3	2
24	3	4	4	2	2	4	2
25	3	4	4	1	1	4	2
26	3	3	2	4	3	3	3
27	3	2	3	2	2	3	2
28	3	3	3	2	2	3	2
29	2	4	3	1	2	4	2
30	3	2	4	2	2	4	3
31	4	3	4	1	1	4	1
32	1	3	2	1	1	3	2
33	3	3	3	2	2	3	1
34	2	3	3	2	2	4	2
35	3	2	3	2	3	3	1
36	1	2	3	2	3	3	2
37	2	3	2	2	3	3	2
38	2	2	2	2	3	3	2
39	2	3	3	2	2	3	3
40	3	3	4	1	2	3	4
41	2	3	2	3	3	3	2
42	1	2	3	2	2	3	2
43	1	3	2	2	2	3	2
44	2	3	2	2	2	3	2
45	2	3	3	2	2	3	3
46	1	2	2	3	2	3	2
47	2	3	3	2	2	3	2
48	4	3	3	2	2	3	2
49	2	3	2	3	2	3	3
50	3	3	3	2	2	4	2

SUBJEK	JF29	JF30
1	3	3
2	3	3
3	3	4
4	4	4
5	4	4
6	3	3
7	3	3
8	3	3
9	4	3
10	3	4
11	3	3
12	2	4
13	3	3
14	3	3
15	3	3
16	3	3
17	2	3
18	2	4
19	3	3
20	3	3
21	3	4
22	2	3
23	3	3
24	4	4
25	4	4
26	3	2
27	3	3
28	3	3
29	3	4
30	4	4
31	4	4
32	3	2
33	3	3
34	2	3
35	3	3
36	3	3
37	3	3
38	3	3
39	3	3
40	2	2
41	2	3
42	3	3
43	3	3
44	3	3
45	3	4
46	3	3
47	3	3
48	3	3
49	2	4
50	3	

SUBJEK	HD1	HD2	HD3	HD4	HD5	HD6	HD7
1	3	3	2	3	3	4	3
2	3	3	3	2	3	4	4
3	3	3	1	2	4	3	4
4	3	3	2	2	3	3	3
5	3	3	2	3	4	4	4
6	3	3	2	3	4	4	4
7	3	4	2	3	4	4	3
8	3	3	3	3	3	4	3
9	3	3	2	3	4	4	4
10	3	3	2	3	3	3	3
11	3	3	3	3	4	4	4
12	3	3	2	3	3	4	3
13	3	3	2	3	3	3	3
14	4	3	1	2	2	2	3
15	3	3	2	2	4	2	3
16	3	3	2	2	3	3	3
17	3	4	2	2	4	4	3
18	3	3	2	3	3	4	3
19	3	4	2	3	2	3	3
20	3	3	2	3	3	3	3
21	4	3	4	4	3	4	4
22	4	3	2	2	3	4	4
23	3	3	2	2	3	3	3
24	4	4	2	3	2	4	4
25	4	3	2	3	4	4	4
26	3	3	2	2	2	4	4
27	3	3	2	3	3	3	3
28	3	3	2	2	3	4	4
29	3	3	3	3	3	3	4
30	3	3	3	3	3	4	4
31	3	3	1	2	4	4	4
32	3	3	2	2	3	4	3
33	3	3	2	3	2	4	4
34	3	3	4	3	3	3	4
35	4	3	2	3	2	3	3
36	3	4	3	2	4	4	4
37	3	3	3	3	3	4	4
38	3	3	3	3	4	3	4
39	3	3	2	3	3	4	4
40	3	3	2	3	3	4	3
41	3	3	3	3	3	3	3
42	3	3	2	2	3	4	3
43	3	3	3	2	4	4	4
44	3	3	3	2	4	4	4
45	3	3	3	3	3	3	3
46	3	3	2	3	3	4	3
47	3	3	2	3	2	4	3
48	3	4	4	3	4	4	4
49	3	3	3	3	4	4	4
50	3	3	4	4	4	4	4

SUBJEK	HD8	HD9	HD10	HD11	HD12	HD13	HD14
1	2	2	3	3	3	2	3
2	3	2	3	2	3	3	3
3	2	1	4	3	3	2	4
4	2	2	4	3	3	2	4
5	4	4	3	3	3	3	4
6	4	3	3	3	3	3	4
7	3	3	3	3	3	4	4
8	2	3	4	3	2	3	4
9	4	3	3	3	3	3	3
10	3	4	4	4	3	3	3
11	4	3	3	3	3	4	4
12	3	4	3	2	3	2	3
13	3	3	3	3	3	3	3
14	3	2	4	3	3	2	3
15	4	2	4	3	3	3	4
16	2	3	3	3	3	2	3
17	3	2	3	4	3	2	3
18	4	4	4	2	3	4	3
19	4	4	3	3	3	3	3
20	3	3	3	3	3	3	3
21	4	3	3	4	4	3	4
22	3	2	3	3	3	2	3
23	3	3	3	2	3	3	3
24	4	2	3	2	4	2	4
25	4	3	4	3	3	3	4
26	3	1	3	3	2	3	3
27	4	2	3	3	3	3	3
28	3	2	2	3	3	3	3
29	2	2	3	3	3	2	3
30	3	3	3	3	3	3	4
31	4	2	4	2	3	2	3
32	3	3	2	3	3	2	3
33	1	3	3	3	3	3	3
34	4	3	3	3	3	3	3
35	3	3	3	4	4	3	3
36	2	3	3	3	3	1	3
37	4	3	3	3	3	2	3
38	3	2	3	3	3	2	3
39	4	3	3	3	3	3	3
40	2	2	3	3	3	2	3
41	3	3	3	3	3	3	3
42	4	3	3	3	3	2	4
43	3	2	3	4	3	2	3
44	3	2	3	4	3	1	3
45	3	2	3	3	3	2	3
46	2	2	3	3	3	2	3
47	4	2	3	2	3	3	3
48	3	2	3	4	4	3	3
49	3	2	3	4	3	1	3
50	4	3	3	3	3	3	3

SUBJEK	HD15	HD16	HD17	HD18	HD19	HD20	HD21
1	4	2	3	4	4	3	3
2	4	3	3	3	4	3	3
3	4	4	3	3	4	4	4
4	3	2	3	4	4	2	3
5	4	4	3	3	4	3	4
6	3	4	3	3	4	3	4
7	4	3	4	4	4	4	4
8	4	3	3	3	3	4	4
9	4	4	3	3	4	4	4
10	4	3	3	3	3	3	3
11	4	4	3	3	3	3	4
12	4	3	3	3	3	4	3
13	3	3	3	3	3	3	3
14	4	3	4	3	4	3	3
15	4	4	3	3	4	3	3
16	3	2	2	3	3	3	3
17	4	4	3	3	4	4	4
18	4	2	3	3	4	3	3
19	3	4	3	3	4	4	3
20	4	4	3	3	4	3	4
21	4	4	3	3	4	4	4
22	4	3	3	3	4	3	4
23	3	3	3	3	3	3	3
24	4	3	3	4	4	4	4
25	4	4	2	3	4	3	3
26	4	3	3	3	4	3	3
27	4	4	3	3	4	4	3
28	3	3	3	3	3	3	3
29	3	2	3	3	2	3	3
30	3	4	3	3	4	3	4
31	4	4	3	3	4	4	3
32	4	3	3	3	4	3	3
33	4	3	3	3	4	3	4
34	4	2	3	3	4	3	2
35	3	3	3	3	4	3	3
36	3	2	2	3	4	3	3
37	4	3	3	3	4	4	2
38	3	3	3	3	4	4	3
39	4	4	3	3	4	3	3
40	3	3	3	3	4	4	2
41	3	3	3	3	3	3	3
42	4	4	2	3	4	3	3
43	4	3	3	4	4	4	3
44	3	3	3	3	3	3	3
45	3	3	3	4	4	4	2
46	3	3	3	3	4	4	2
47	4	4	3	3	4	3	3
48	4	4	3	4	4	4	1
49	4	3	2	3	4	4	3
50	4	4	3	3	4	4	4

SUBJEK	HD22	HD23	HD24	HD25	HD26	HD27	HD28
1	2	4	2	3	3	3	3
2	3	4	3	3	3	3	2
3	4	4	3	2	2	4	3
4	3	4	4	3	2	3	3
5	4	4	4	2	3	3	3
6	3	4	3	4	1	4	3
7	4	4	4	3	4	4	4
8	4	4	3	3	3	3	4
9	4	4	4	4	4	4	4
10	3	4	3	3	3	3	3
11	4	4	4	3	3	3	3
12	3	4	4	2	3	3	3
13	3	4	3	3	3	3	3
14	4	3	3	2	3	4	2
15	3	4	3	3	3	3	3
16	3	3	3	3	3	3	3
17	3	4	2	3	3	3	3
18	3	4	3	3	4	4	3
19	3	3	3	3	3	4	3
20	4	4	3	3	2	3	3
21	3	4	4	3	3	4	3
22	4	4	3	3	4	3	3
23	3	3	3	3	3	3	3
24	4	4	3	3	4	4	3
25	4	4	3	3	3	4	3
26	4	4	3	3	1	3	3
27	3	3	3	3	3	4	3
28	3	4	3	3	3	3	3
29	3	4	2	3	3	3	3
30	3	3	3	3	3	3	3
31	3	4	4	3	3	4	4
32	3	4	2	3	3	3	3
33	3	4	3	3	4	3	4
34	2	4	4	3	4	3	3
35	3	3	3	3	3	4	4
36	3	4	3	3	4	3	2
37	3	4	3	3	4	4	3
38	2	4	3	3	3	3	3
39	3	4	3	3	3	4	3
40	2	4	3	3	4	3	2
41	3	3	3	3	3	3	3
42	3	4	3	3	4	4	3
43	2	4	3	4	4	4	4
44	3	4	2	3	4	3	3
45	2	3	2	3	4	3	3
46	2	4	3	3	4	3	2
47	3	4	3	2	3	3	3
48	3	4	3	3	4	4	3
49	2	4	2	3	4	4	3
50	2	4	4	3	4	3	3

SUBJEK	HD29	HD30	HD31	HD32	HD33	HD34	HD35
1	3	2	1	2	2	3	4
2	3	2	4	2	2	2	4
3	3	1	4	2	3	2	4
4	1	2	3	1	2	3	3
5	4	3	4	3	3	3	4
6	3	1	3	2	2	3	4
7	4	1	4	2	3	3	3
8	3	1	4	2	3	2	3
9	2	1	4	2	3	2	4
10	3	2	3	3	3	3	4
11	4	2	4	4	2	2	3
12	3	2	3	3	2	3	4
13	3	2	4	3	3	3	4
14	3	2	4	4	2	2	4
15	3	2	4	2	3	3	4
16	3	2	3	2	3	2	3
17	3	2	2	2	3	3	3
18	3	1	3	2	4	3	4
19	2	2	3	2	2	3	3
20	3	2	3	2	2	3	3
21	3	2	4	4	4	3	4
22	3	2	4	2	2	3	4
23	3	2	3	2	3	2	3
24	3	2	4	2	2	3	4
25	4	2	4	3	2	3	4
26	3	2	4	2	3	3	3
27	3	2	3	2	2	3	4
28	3	2	3	1	2	2	3
29	3	1	4	2	3	2	3
30	3	2	3	3	3	3	3
31	3	2	4	3	2	2	4
32	3	2	4	3	2	2	3
33	3	1	3	3	3	3	4
34	3	1	4	2	3	3	4
35	3	2	3	2	3	3	4
36	3	1	4	2	2	3	4
37	3	1	4	2	2	3	4
38	3	2	4	3	2	3	3
39	3	2	4	3	2	3	4
40	3	2	4	2	2	2	4
41	3	2	3	2	3	3	3
42	3	1	4	2	2	2	4
43	3	1	4	2	3	3	4
44	3	2	3	2	2	3	3
45	3	2	4	2	1	3	3
46	3	2	4	2	2	2	4
47	2	2	3	2	3	2	4
48	3	2	4	2	3	3	4
49	3	1	4	2	3	3	4
50	3	2	4	2	3	3	4

SUBJEK	HD36	HD37	HD38	HD39	HD40
1	3	2	3	3	4
2	3	3	3	2	3
3	4	3	4	4	4
4	2	2	4	1	3
5	4	3	4	4	4
6	3	3	4	3	3
7	3	4	4	4	4
8	4	3	4	3	3
9	4	2	3	4	4
10	4	4	3	3	3
11	3	4	4	4	4
12	3	3	3	3	3
13	3	3	3	4	3
14	4	4	3	1	4
15	3	3	3	3	4
16	3	3	3	4	3
17	4	4	3	3	3
18	4	4	4	4	4
19	3	3	3	4	3
20	3	4	3	3	2
21	4	3	3	4	4
22	3	3	4	4	4
23	3	3	3	2	3
24	4	4	4	4	4
25	3	4	4	1	4
26	4	3	4	4	4
27	4	3	3	2	3
28	4	3	3	3	4
29	3	2	3	3	3
30	4	4	4	2	3
31	4	3	3	4	4
32	3	3	3	4	3
33	4	4	3	4	4
34	4	4	3	3	2
35	4	3	3	3	3
36	3	3	3	3	3
37	3	3	3	3	3
38	3	3	3	3	3
39	4	4	4	3	4
40	3	3	3	3	4
41	3	3	3	3	3
42	4	3	3	3	4
43	4	4	4	4	4
44	3	3	3	3	3
45	3	3	3	3	3
46	3	3	3	3	4
47	4	3	3	4	4
48	4	3	4	4	4
49	3	3	3	3	3
50	4	4	4	4	4

LAMPIRAN 3

HASIL UJI RELIABILITAS DAN VALIDITAS

Warnings

The determinant of the covariance matrix is zero or approximately zero. Statistics based on its inverse matrix cannot be computed and they are displayed as system missing values.

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.225	.216	30

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
JF1	2.30	.707	50
JF2	2.96	.638	50
JF3	2.90	.814	50
JF4	3.12	.594	50
JF5	3.28	.536	50
JF6	3.10	.763	50
JF7	1.96	.755	50
JF8	1.36	.485	50
JF9	2.78	.864	50
JF10	3.30	.647	50
JF11	3.24	.771	50
JF12	2.40	.857	50
JF13	1.70	.735	50
JF14	1.92	.752	50
JF15	2.74	.853	50
JF16	2.92	.695	50
JF17	3.22	.545	50
JF18	2.90	.863	50
JF19	1.76	.625	50
JF20	2.14	.700	50
JF21	2.98	1.059	50
JF22	2.24	.822	50
JF23	2.78	.679	50
JF24	3.02	.654	50
JF25	1.88	.627	50
JF26	2.14	.639	50
JF27	3.16	.618	50
JF28	2.16	.650	50
JF29	2.98	.553	50
JF30	3.24	.555	50

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	2.619	1.360	3.300	1.940	2.426	.319	30
Item Variances	.508	.235	1.122	.887	4.773	.035	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
JF1	76.28	21.308	-.358	.	.319
JF2	75.62	17.057	.382	.	.135
JF3	75.68	16.222	.394	.	.105
JF4	75.46	17.070	.418	.	.133
JF5	75.30	17.561	.362	.	.154
JF6	75.48	16.214	.436	.	.100
JF7	76.62	22.118	-.453	.	.349
JF8	77.22	20.951	-.386	.	.294
JF9	75.80	17.306	.198	.	.168
JF10	75.28	18.573	.086	.	.209
JF11	75.34	18.841	.006	.	.231
JF12	76.18	20.028	-.168	.	.286
JF13	76.88	21.210	-.336	.	.318
JF14	76.66	19.821	-.136	.	.269
JF15	75.84	18.178	.078	.	.209
JF16	75.66	19.127	-.023	.	.237
JF17	75.36	17.500	.367	.	.152
JF18	75.68	15.365	.497	.	.059
JF19	76.82	22.396	-.560	.	.349
JF20	76.44	20.782	-.282	.	.301
JF21	75.60	17.755	.067	.	.212
JF22	76.34	15.984	.428	.	.092
JF23	75.80	16.776	.402	.	.123

JF24	75.56	16.782	.422	.	.122
JF25	76.70	21.276	-.379	.	.313
JF26	76.44	21.313	-.381	.	.315
JF27	75.42	16.167	.588	.	.084
JF28	76.42	21.391	-.389	.	.318
JF29	75.60	18.082	.231	.	.180
JF30	75.34	17.331	.396	.	.144

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
78.58	19.473	4.413	30

Warnings

The determinant of the covariance matrix is zero or approximately zero. Statistics based on its inverse matrix cannot be computed and they are displayed as system missing values.

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.870	.879	30

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
JF1	2.74	.694	50
JF2	2.96	.638	50
JF3	2.90	.814	50
JF4	3.12	.594	50
JF5	3.28	.536	50
JF6	3.10	.763	50
JF7	3.02	.769	50
JF8	3.62	.530	50
JF9	2.78	.864	50
JF10	3.30	.647	50
JF11	3.24	.771	50
JF12	2.40	.857	50
JF13	3.24	.797	50
JF14	3.06	.767	50
JF15	2.74	.853	50
JF16	2.92	.695	50
JF17	3.22	.545	50
JF18	2.90	.863	50
JF19	3.22	.648	50
JF20	2.82	.720	50
JF21	2.98	1.059	50
JF22	2.24	.822	50
JF23	2.78	.679	50
JF24	3.02	.654	50
JF25	3.10	.647	50
JF26	2.90	.614	50
JF27	3.16	.618	50
JF28	2.82	.661	50
JF29	2.98	.553	50
JF30	3.24	.555	50

Summary Item Statistics

	Mean	*Minimum*	*Maximum*	*Range*	Maximum / *Minimum*	*Variance*	*N of Items*
Item Means	2.993	2.240	3.620	1.380	1.616	.074	30
Item Variances	.516	.281	1.122	.841	3.990	.035	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
JF1	87.06	91.853	.383	.	.867
JF2	86.84	92.953	.331	.	.868
JF3	86.90	90.337	.415	.	.866
JF4	86.68	90.263	.604	.	.862
JF5	86.52	92.173	.483	.	.865
JF6	86.70	88.296	.597	.	.861
JF7	86.78	88.012	.612	.	.861
JF8	86.18	93.008	.405	.	.867
JF9	87.02	92.347	.261	.	.871
JF10	86.50	92.378	.373	.	.867
JF11	86.56	91.394	.369	.	.867
JF12	87.40	94.939	.105	.	.875
JF13	86.56	91.639	.338	.	.868
JF14	86.74	91.462	.367	.	.867
JF15	87.06	93.690	.182	.	.873
JF16	86.88	96.965	-.001	.	.876
JF17	86.58	91.963	.494	.	.865
JF18	86.90	86.908	.607	.	.860
JF19	86.58	90.412	.535	.	.863
JF20	86.98	91.775	.372	.	.867
JF21	86.82	88.069	.414	.	.867

JF22	87.56	90.904	.373	.	.867
JF23	87.02	91.285	.438	.	.865
JF24	86.78	89.114	.638	.	.861
JF25	86.70	90.500	.529	.	.863
JF26	86.90	91.316	.488	.	.865
JF27	86.64	90.766	.533	.	.864
JF28	86.98	93.122	.304	.	.869
JF29	86.82	92.844	.402	.	.867
JF30	86.56	92.782	.405	.	.866

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
89.80	97.429	9.871	30

Warnings

The determinant of the covariance matrix is zero or approximately zero. Statistics based on its inverse matrix cannot be computed and they are displayed as system missing values.

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.817	.818	40

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
HD1	3.12	.328	50
HD2	3.12	.328	50
HD3	2.36	.722	50
HD4	2.70	.544	50
HD5	3.20	.670	50
HD6	3.62	.567	50
HD7	3.52	.505	50
HD8	3.14	.783	50
HD9	2.60	.728	50
HD10	3.14	.452	50
HD11	3.02	.553	50
HD12	3.04	.348	50
HD13	2.56	.705	50
HD14	3.26	.443	50
HD15	3.66	.479	50
HD16	3.24	.687	50
HD17	2.94	.373	50
HD18	3.14	.351	50
HD19	3.76	.476	50
HD20	3.38	.530	50
HD21	3.16	.681	50
HD22	3.06	.652	50
HD23	3.82	.388	50
HD24	3.06	.586	50
HD25	2.96	.402	50
HD26	3.22	.737	50
HD27	3.38	.490	50
HD28	3.04	.493	50
HD29	2.98	.473	50
HD30	1.74	.487	50
HD31	3.56	.644	50
HD32	2.30	647	50

HD33	2.52	.614	50
HD34	2.68	.471	50
HD35	3.64	.485	50
HD36	3.46	.542	50
HD37	3.22	.582	50
HD38	3.34	.479	50
HD39	3.20	.833	50
HD40	3.46	.579	50

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3.108	1.740	3.820	2.080	2.195	.183	40
Item Variances	.315	.108	.694	.586	6.439	.022	40

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
HD1	121.20	60.571	.238	.	.815
HD2	121.20	60.857	.182	.	.816
HD3	121.96	59.794	.142	.	.819
HD4	121.62	58.240	.405	.	.810
HD5	121.12	58.924	.245	.	.815
HD6	120.70	58.704	.330	.	.812
HD7	120.80	58.776	.370	.	.811
HD8	121.18	55.824	.467	.	.806
HD9	121.72	59.144	.198	.	.817
HD10	121.18	61.334	.050	.	.819
HD11	121.30	60.786	.093	.	.819
HD12	121.28	60.287	.276	.	.814
HD13	121.76	57.288	.385	.	.810

HD14	121.06	59.241	.360	.	.812
HD15	120.66	57.821	.528	.	.807
HD16	121.08	56.565	.470	.	.807
HD17	121.38	61.179	.099	.	.818
HD18	121.18	61.538	.043	.	.818
HD19	120.56	59.680	.270	.	.814
HD20	120.94	59.119	.306	.	.813
HD21	121.16	58.300	.301	.	.813
HD22	121.26	59.176	.229	.	.815
HD23	120.50	60.173	.261	.	.814
HD24	121.26	57.584	.446	.	.808
HD25	121.36	61.337	.063	.	.818
HD26	121.10	59.724	.143	.	.819
HD27	120.94	58.384	.437	.	.809
HD28	121.28	59.104	.336	.	.812
HD29	121.34	59.045	.361	.	.811
HD30	122.58	62.698	-.135	.	.824
HD31	120.76	58.594	.293	.	.813
HD32	122.02	58.265	.325	.	.812
HD33	121.80	58.653	.305	.	.813
HD34	121.64	59.990	.231	.	.815
HD35	120.68	59.324	.313	.	.813
HD36	120.86	57.837	.456	.	.808
HD37	121.10	57.806	.424	.	.809
HD38	120.98	58.142	.483	.	.808
HD39	121.12	56.802	.350	.	.811
HD40	120.86	58.000	.404	.	.810

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
124.32	61.896	7.867	40

LAMPIRAN 4

ANGKET PENELITIAN

Petunjuk.....
Sehubungan dengan penelitian yang saya lakukan, saya mohon kesediaan dari anda untuk mengisi angket ini. Dalam pengisian angket ini, sangat diharapkan kejujuran dari anda, Dan perlu diingat bahwa **TIDAK** ada jawaban yang salah dalam pengisian angket ini.

Bacalah setiap pernyataan yang ada dengan seksama, lalu isilah dengan memberi tanda silang (X) pada kotak pilihan jawaban yang ada disebelah kanan pernyataan. (***sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS)*** atau ***sangat tidak setuju (STS)***) Pilihlah jawaban yang paling sesuai dengan diri anda.

Jangan sampai ada pernyataan yang terlewatkan oleh anda..... ☺☺

Silahkan memulai dengan mengisi identitas terlebih dahulu.....

Nama : (Boleh Inisial)

Jenis kelamin : Pria/Wanita

Umur :

- Dalam satu bulan anda datang ke restoran cepat saji atau membeli produk-produknya.....

  - 1-5 kali sebulan
  - 6-10 kali sebulan
  - > 10 kali sebulan

Skala 1

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Saya lebih suka membeli junk food daripada makanan yang ada di warung.				
2.	Saya mendisiplinkan diri untuk mengontrol apa yang saya makan.				
3.	Karena saya sedang diet, saya memilih makan yang berserat daripada makan junk food yang mengandung banyak lemak.				
4.	Saya lebih suka makan di restoran junk food daripada makan di rumah.				
5.	Sesuatu yang membuat saya merasa bangga adalah bila saya makan junk food.				
6.	Saya lebih suka menghabiskan uang untuk membeli junk food dibanding menabung untuk membeli keperluan lain.				
7.	Karena sedang nge-trend, maka saya membeli produk junk food yang ada souvenirnya.				
8.	Jika saya tidak membeli junk food saya akan dikucilkan oleh teman-teman.				
9.	Menurut saya, membeli junk food dapat menaikkan gengsi.				
10.	Saya selalu makan junk food saat saya patah hati.				
11.	Rasa percaya diri saya menjadi tinggi bila saya menunjukkan pada teman bahwa saya sudah membeli junk food				
12.	Saya merasa perlu membeli produk junk food seperti teman saya.				
13.	Sering makan junk food seperti yang lain adalah mengikuti perkembangan jaman.				
14.	Dengan membeli junk food yang mahal, saya merasa lebih percaya diri.				
15.	Saya akan pergi ke restoran cepat saji dan makan ketika saya sedang kesepian.				
16.	Rasa bangga yang ada dalam diri saya tidak diukur dengan junk food.				
17.	Saya sering makan junk food karena lebih praktis.				
18.	Perasaan saya senang setelah makan makanan cepat saji.				
19.	Saya menyukai junk food karena				

	merupakan produk makanan dari luar negeri.				
20.	Bila teman saya suka makan maknan tradisional maka saya suka makan junk food.				
21.	Sewaktu ada suatu hal yang bertentangan dengan saya, saya mempunyai dorongan untuk makan makanan cepat saji.				
22.	Saya tidak ikut membeli junk food karena saya hanya membeli makanan yang benar-benar saya suka.				
23.	Jika melewati restoran junk food, saya tidak terlalu ingin membeli produknya.				
24.	Saya berkeinginan kuat untuk makan junk food saat sesuatu yang tidak menyenangkan terjadi.				
25.	Saya merasa bangga jika sedang memakan junk food.				

Petunjuk.....
Sehubungan dengan penelitian yang saya lakukan, saya mohon kesediaan dari anda untuk mengisi angket ini. Dalam pengisian angket ini, sangat diharapkan kejujuran dari anda, Dan perlu diingat bahwa **TIDAK** ada jawaban yang salah dalam pengisian angket ini.

Bacalah setiap pernyataan yang ada dengan seksama, lalu isilah dengan memberi tanda silang (✕) pada kotak pilihan jawaban yang ada disebelah kanan pernyataan. (***sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS)*** atau ***sangat tidak setuju (STS)***) Pilihlah jawaban yang paling sesuai dengan diri anda.

Jangan sampai ada pernyataan yang terlewatkan oleh anda..... ☺☺

Silahkan memulai dengan mengisi identitas terlebih dahulu.....

Nama : (Boleh Inisial)

Jenis kelamin : Pria/Wanita

Umur :

❖ Dalam satu bulan anda datang ke restoran cepat saji atau membeli produk-produknya.....

- o 1-5 kali sebulan
- o 6-10 kali sebulan
- o > 10 kali sebulan

Skala 2

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Semua persaoalan bisa saya hadapi dengan baik.				
2.	Saya merasa diabaikan oleh keluarga saya.				
3.	Saya suka ingkar janji karena membuat saya merasa berkuasa.				
4.	Saya kurang yakin akan prestasi saya disekolah. ketidakmampuan saya menyebabkan saya gagal.				
5.	Dalam diskusi kelompok, saya kurang bisa memimpin dengan baik.				
6.	Teman-teman merasa terganggu dengan kehadiran saya bila sedang membicarakan sesuatu.				
7.	Saya dikagumi teman-teman jika saya sering membolos.				
8.	Saya merasa gagal dalam mencapai cita-cita sehingga saya meragukan kemampuan saya.				
9.	Saya selalu optimis dalam menjalani hidup.				
10.	Pendapat saya selalu tidak dibutuhkan dalam diskusi kelompok.				
11.	Saya merasa takut jika di hadapkan dengan persaingan.				
12.	Saya suka menolong teman saya yang sedang kesulitan.				
13.	Saya bangga dengan prestasi saya di sekolah.				
14.	Meskipun apa yang pernah saya katakan benar, tapi tidak pernah dipedulikan oleh teman saya.				
15.	Karena merasa tidak yakin akan kemampuan, saya suka meminta bantuan orang lain dalam memecahkan masalah.				
16.	Ketika ada kerja kelompok, teman-teman biasanya menunjuk saya sebagai ketua kelompok.				
17.	Rajin beribadah membuat saya lebih bahagia.				
18.	Saya akan berusaha maksimal untuk mendapatkan prestasi yang saya inginkan.				
19.	Saya dianggap orang yang tidak mempunyai prinsip oeleh teman-teman saya.				
20.	Saya merasa diasingkan oleh teman-teman saya.				
21.	Saya tidak merasa bersalah saat mencontek.				
22.	Saya akan berhenti berusaha jika mengalami suatu kegagalan.				

LAMPIRAN 5

DATA PENELITIAN

SUBJEK	JF1	JF2	JF3	JF4	JF5	JF6	JF7	JF8	JF9	JF10	JF11	JF12	JF13
1	2	4	1	4	4	4	3	4	4	4	4	2	1
2	3	4	3	4	3	4	3	3	2	3	3	3	3
3	4	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
8	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
9	3	2	3	4	4	3	2	4	4	4	4	3	3
10	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
11	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
12	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
13	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4
14	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
15	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3
16	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
17	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3
18	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4
19	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3
20	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4
21	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3
22	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
23	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3
24	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3
25	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
26	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3
27	2	4	3	1	1	1	1	3	2	2	2	2	2
28	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3
29	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
30	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
31	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
32	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
33	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3
34	3	3	3	4	4	3	3	4	4	2	4	3	3
35	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4
36	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3
37	1	3	4	1	4	4	4	4	4	3	4	4	4
38	3	3	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3
39	3	2	1	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3
40	3	3	3	2	3	4	3	3	3	4	3	3	3
41	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3
42	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	4	3	4
43	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2
44	1	2	2	1	3	4	4	4	4	3	4	4	4
45	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	2
46	2	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
47	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3
48	2	2	1	1	3	3	3	4	4	3	3	3	3
49	2	3	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3

SUBJEK	JF1	JF2	JF3	JF4	JF5	JF6	JF7	JF8	JF9	JF10	JF11	JF12	JF13
50	2	3	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3
51	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
52	2	4	3	2	2	3	3	4	3	2	4	4	3
53	1	3	4	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3
54	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4
55	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	1
56	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
57	2	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2
58	2	3	3	2	3	3	2	4	2	2	3	3	2
59	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
60	1	3	3	1	1	3	1	3	2	1	2	2	1

SUBJEK	JF14	JF15	JF16	JF17	JF18	JF19	JF20	JF21	JF22	JF23	JF24	JF25
1	3	2	4	2	2	3	2	3	3	2	4	3
2	3	3	3	3	3	2	4	3	2	3	2	3
3	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	3	4
4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	4	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3
6	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4
7	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4
8	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
9	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4
10	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
11	4	4	1	3	4	4	4	4	4	3	4	4
12	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4
13	3	2	3	2	3	4	4	2	1	4	3	4
14	3	4	4	1	2	4	4	2	3	3	2	2
15	3	3	4	1	1	3	3	2	3	3	2	2
16	3	3	4	2	3	3	3	2	3	3	3	3
17	3	3	4	3	3	4	4	2	3	3	2	2
18	4	4	3	1	1	4	4	2	3	3	2	2
19	3	3	4	1	1	4	4	2	3	3	2	2
20	3	4	4	1	2	4	4	1	4	4	1	1
21	3	3	4	1	1	3	3	2	3	3	3	3
22	4	4	1	4	4	3	3	2	3	4	1	4
23	4	3	4	1	1	3	3	2	3	3	3	3
24	3	3	4	1	1	3	3	2	3	3	3	3
25	3	3	4	1	1	2	2	2	2	2	2	1
26	3	3	4	1	1	3	3	2	3	3	3	3
27	2	2	2	1	1	2	2	1	2	2	2	1
28	3	1	4	1	1	3	3	2	3	3	3	3
29	3	3	4	2	3	3	3	2	3	3	3	3
30	3	3	4	1	3	3	3	2	3	3	3	3
31	3	3	4	1	2	3	3	2	3	3	3	3
32	3	3	4	1	1	4	4	2	3	3	2	3
33	3	4	4	1	1	3	3	2	3	3	3	3
34	3	3	3	2	3	4	4	4	4	2	3	4
35	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	4
36	4	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	4
37	4	4	4	3	4	4	4	4	2	3	3	4
38	4	4	1	4	3	3	3	3	4	4	3	3
39	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
40	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3
41	4	4	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2
42	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3
43	3	2	2	2	2	3	3	3	4	3	2	2
44	4	4	4	1	2	4	3	3	3	2	3	4
45	3	4	4	2	3	4	3	2	4	3	3	3
46	4	4	1	4	4	4	4	4	4	3	4	4
47	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4
48	4	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	4
49	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	4	4

SUBJEK	JF14	JF15	JF16	JF17	JF18	JF19	JF20	JF21	JF22	JF23	JF24	JF25
50	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	4	4
51	4	4	1	4	4	4	4	4	1	4	3	3
52	4	4	1	2	3	2	3	3	3	3	4	4
53	2	2	2	3	2	2	3	2	3	3	2	2
54	4	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3
55	3	2	4	2	3	3	4	3	3	3	3	4
56	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4
57	3	2	4	3	3	2	2	2	3	4	3	3
58	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2
59	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
60	2	2	2	1	1	2	2	2	3	2	2	1

SUBJEK	HD1	HD2	HD3	HD4	HD5	HD6	HD7	HD8	HD9	HD10	HD11	HD12
1	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3
2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
3	2	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3
4	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
5	4	4	3	4	3	3	4	3	3	2	3	3
6	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
7	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3
8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
9	2	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
11	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3
12	2	4	4	2	2	3	4	4	3	3	3	3
13	2	1	4	4	3	3	4	3	2	3	4	3
14	4	3	4	2	2	3	4	2	2	3	2	4
15	3	3	4	2	2	3	4	2	3	3	2	4
16	3	3	4	2	2	3	4	2	2	3	2	4
17	3	3	4	2	2	3	4	2	3	3	2	4
18	3	3	4	2	2	3	4	2	3	3	2	4
19	3	3	4	2	2	3	4	2	3	3	2	4
20	3	3	4	2	2	1	1	4	4	2	2	4
21	3	3	4	2	2	3	4	2	3	3	2	4
22	3	3	4	2	1	3	4	1	1	1	3	4
23	3	4	2	2	3	4	2	3	3	2	4	3
24	3	3	4	2	2	3	4	2	3	3	2	4
25	3	3	4	2	2	3	4	2	3	3	1	4
26	3	3	4	2	2	3	4	2	3	3	2	4
27	3	4	2	2	2	3	4	2	3	3	2	4
28	3	3	4	2	2	3	4	3	2	3	2	4
29	3	3	4	2	2	3	4	2	3	3	2	4
30	3	4	4	3	3	3	4	2	3	3	2	4
31	3	3	4	2	2	3	4	2	3	3	2	4
32	3	3	4	2	2	3	3	1	4	4	1	4
33	4	4	2	2	3	4	2	2	3	1	3	4
34	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3
35	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3
36	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4
37	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
38	3	2	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4
39	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
40	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3
41	2	3	2	3	4	4	3	3	2	3	3	3
42	2	2	3	3	2	3	4	3	3	2	2	3
43	2	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	4
44	3	3	4	3	2	3	4	4	4	3	4	3
45	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4
46	3	4	3	4	2	3	4	3	3	3	4	3
47	2	4	4	2	3	4	4	3	2	3	3	3
48	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3
49	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3

SUBJEK	HD1	HD2	HD3	HD4	HD5	HD6	HD7	HD8	HD9	HD10	HD11	HD12
50	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
51	2	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3
52	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4
53	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
54	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
55	3	4	4	2	1	4	3	3	4	3	1	4
56	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
57	3	4	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4
58	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
59	3	4	3	3	2	4	3	3	4	3	2	3
60	2	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4

SUBJEK	HD13	HD14	HD15	HD16	HD17	HD18	HD19	HD20	HD21	HD22
1	4	4	4	3	4	4	4	4	3	1
2	3	2	2	2	3	4	3	4	3	3
3	3	3	3	2	4	4	3	4	2	4
4	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3
5	3	3	2	2	4	4	3	4	2	3
6	2	3	2	3	4	4	3	3	3	3
7	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4
8	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3
9	3	3	2	2	4	3	3	3	3	3
10	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
11	3	4	3	2	3	4	3	4	3	4
12	3	3	2	3	4	4	4	4	3	3
13	3	3	2	2	3	4	4	4	3	4
14	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3
15	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3
16	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3
17	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3
18	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3
19	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3
20	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3
21	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3
22	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3
23	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3
24	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3
25	3	3	2	3	4	3	3	3	4	3
26	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3
27	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3
28	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3
29	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3
30	3	2	2	3	4	3	3	3	3	3
31	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3
32	4	4	2	3	4	3	3	4	4	4
33	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3
34	3	4	2	2	3	4	4	4	3	3
35	3	3	2	2	4	4	3	3	3	4
36	3	3	2	3	4	3	3	4	3	4
37	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4
38	3	4	2	2	4	3	4	3	1	4
39	3	3	3	2	4	4	3	3	3	3
40	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3
41	2	4	2	2	3	3	3	4	3	3
42	3	3	2	2	3	3	2	2	3	4
43	2	2	2	2	3	3	2	3	2	3
44	2	3	2	2	4	4	3	3	1	4
45	3	3	2	2	4	4	3	3	3	4
46	4	2	2	2	4	4	3	4	3	4
47	2	4	2	2	3	3	3	4	3	3
48	3	4	3	2	4	3	4	4	3	4
49	3	3	2	2	3	3	3	3	4	4

SUBJEK	HD13	HD14	HD15	HD16	HD17	HD18	HD19	HD20	HD21	HD22
50	3	3	2	2	3	3	3	3	4	4
51	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2
52	4	2	2	2	3	4	2	3	3	3
53	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
54	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
55	4	3	3	2	4	4	3	4	2	3
56	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4
57	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2
58	3	3	2	2	4	4	3	3	2	3
59	3	3	2	2	4	3	2	3	2	3
60	4	3	2	3	3	4	3	3	1	2

SUBJEK	∑JF	∑HD
1	74	77
2	75	66
3	90	70
4	74	60
5	76	69
6	97	75
7	97	79
8	73	64
9	78	66
10	74	65
11	93	77
12	79	70
13	80	68
14	77	65
15	78	65
16	76	64
17	78	65
18	79	65
19	79	65
20	79	62
21	76	65
22	87	60
23	80	65
24	77	65
25	70	65
26	74	65
27	46	64
28	75	65
29	76	65
30	80	67
31	74	65
32	76	69
33	75	64
34	82	72
35	85	74
36	77	72
37	87	81
38	85	69
39	75	67
40	74	61
41	75	64
42	68	59
43	59	55
44	77	68
45	82	73
46	91	71
47	84	66
48	73	74
49	87	64
50	87	64
51	88	53
52	75	69
53	64	67
54	77	66

SUBJEK	∑JF	∑HD
55	78	68
56	91	85
57	73	62
58	61	67
59	71	64
60	46	67

LAMPIRAN 6

ANALISIS DATA PENELITIAN

Uji Normalitas

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
JF	60	77.40	9.541	46	97
HD	60	67.0500	5.65213	53.00	85.00

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		JF	HD
N		60	60
Normal Parameters[a]	Mean	77.40	67.0500
	Std. Deviation	9.541	5.65213
Most Extreme Differences	Absolute	.189	.161
	Positive	.126	.154
	Negative	-.189	-.161
Kolmogorov-Smirnov Z		1.464	1.250
Asymp. Sig. (2-tailed)		.028	.088

a. Test distribution is Normal.

Uji Linieritas

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
JF * HD	60	100.0%	0	.0%	60	100.0%

Report

JF

HD	Mean	N	Std. Deviation
53	88.00	1	.
55	59.00	1	.
59	68.00	1	.
60	80.50	2	9.192
61	74.00	1	.
62	76.00	2	4.243
64	73.75	8	12.748
65	76.21	14	2.665
66	78.50	4	3.873
67	65.20	5	13.255
68	78.33	3	1.528
69	78.00	4	4.690
70	84.50	2	7.778
71	91.00	1	.
72	79.50	2	3.536
73	82.00	1	.
74	79.00	2	8.485
75	97.00	1	.

77	83.50	2	13.435
79	97.00	1	.
81	87.00	1	.
85	91.00	1	.
Total	77.40	60	9.541

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
JF * HD	Between Groups	(Combined)	2894.076	21	137.813	2.115	.022
		Linearity	929.754	1	929.754	14.267	.001
		Deviation from Linearity	1964.322	20	98.216	1.507	.136
	Within Groups		2476.324	38	65.166		
	Total		5370.400	59			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
JF * HD	.416	.173	.734	.539

Uji Hipotesis

Correlations

		JF	HD
JF	Pearson Correlation	1	.416**
	Sig. (2-tailed)		.001
	N	60	60
HD	Pearson Correlation	.416**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	
	N	60	60

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Frekuensi

Statistics

		JF	HD
N	Valid	60	60
	Missing	0	0
Mean		77.40	67.05
Std. Error of Mean		1.232	.730
Median		77.00	65.50
Mode		74[a]	65
Std. Deviation		9.541	5.652
Variance		91.024	31.947
Range		51	32
Minimum		46	53
Maximum		97	85

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

JF

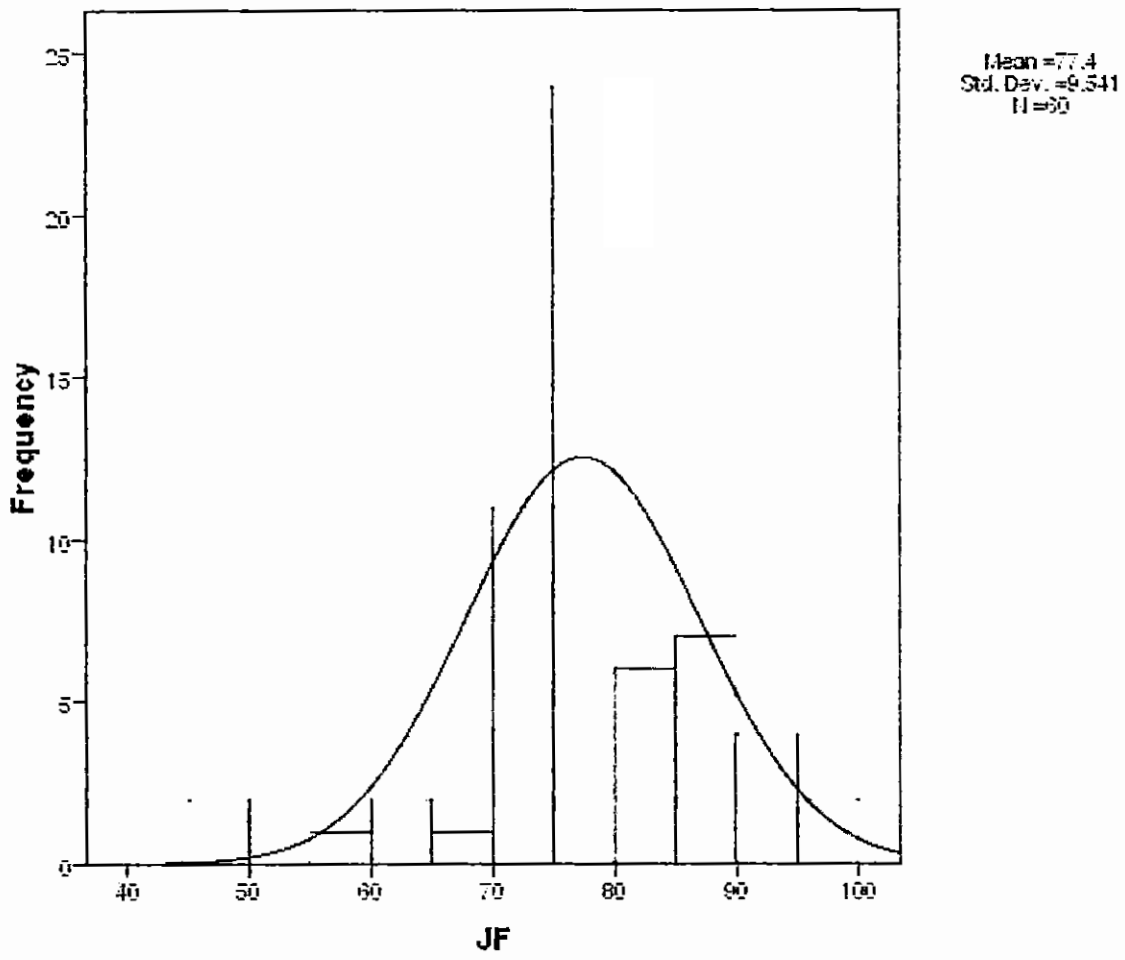
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	46	2	3.3	3.3	3.3
	59	1	1.7	1.7	5.0
	61	1	1.7	1.7	6.7
	64	1	1.7	1.7	8.3
	68	1	1.7	1.7	10.0
	70	1	1.7	1.7	11.7
	71	1	1.7	1.7	13.3
	73	3	5.0	5.0	18.3
	74	6	10.0	10.0	28.3
	75	6	10.0	10.0	38.3
	76	5	8.3	8.3	46.7
	77	5	8.3	8.3	55.0
	78	4	6.7	6.7	61.7
	79	4	6.7	6.7	68.3
	80	3	5.0	5.0	73.3
	82	2	3.3	3.3	76.7
	84	1	1.7	1.7	78.3
	85	2	3.3	3.3	81.7
	87	4	6.7	6.7	88.3
	88	1	1.7	1.7	90.0
	90	1	1.7	1.7	91.7
	91	2	3.3	3.3	95.0
	93	1	1.7	1.7	96.7
	97	2	3.3	3.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

HD

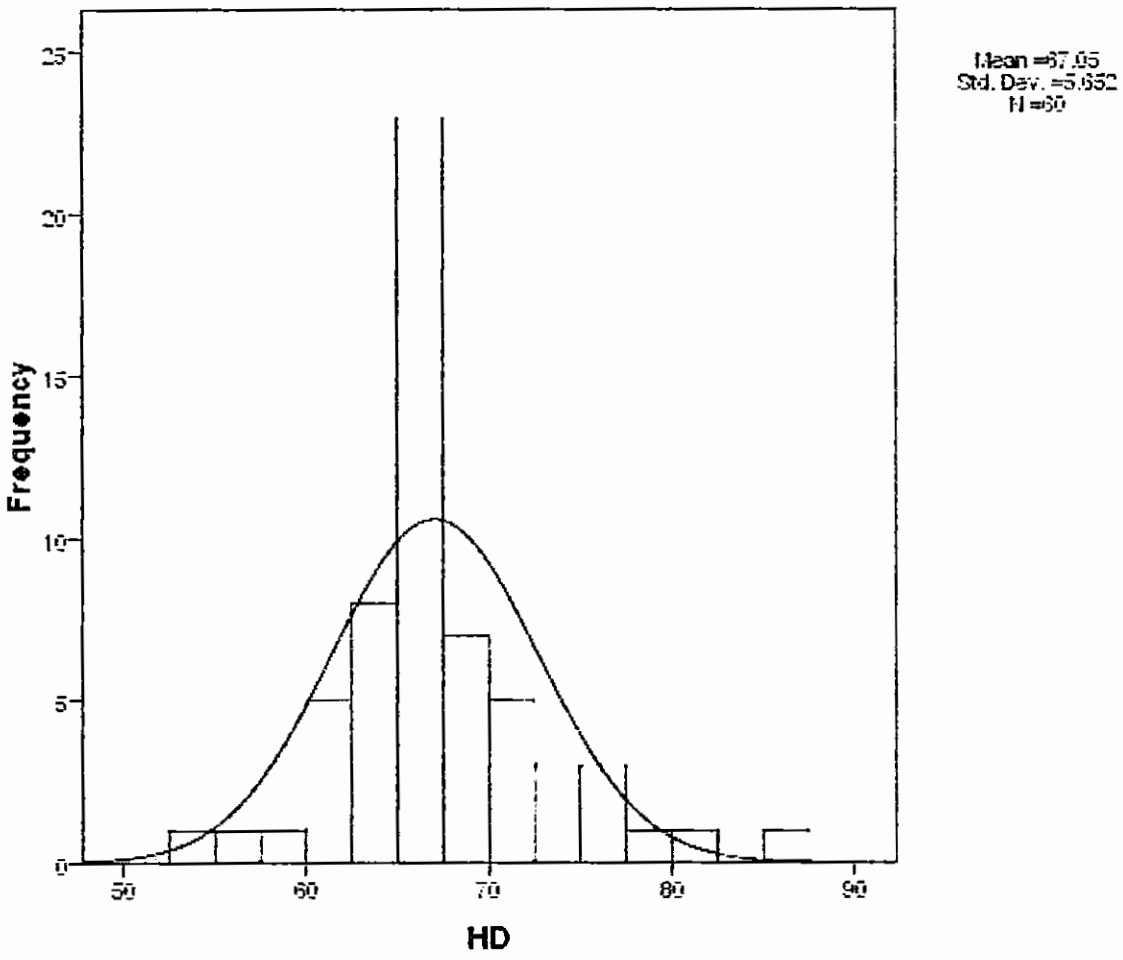
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	53	1	1.7	1.7	1.7
	55	1	1.7	1.7	3.3
	59	1	1.7	1.7	5.0
	60	2	3.3	3.3	8.3
	61	1	1.7	1.7	10.0
	62	2	3.3	3.3	13.3
	64	8	13.3	13.3	26.7
	65	14	23.3	23.3	50.0
	66	4	6.7	6.7	56.7
	67	5	8.3	8.3	65.0
	68	3	5.0	5.0	70.0
	69	4	6.7	6.7	76.7
	70	2	3.3	3.3	80.0
	71	1	1.7	1.7	81.7
	72	2	3.3	3.3	85.0
	73	1	1.7	1.7	86.7
	74	2	3.3	3.3	90.0
	75	1	1.7	1.7	91.7
	77	2	3.3	3.3	95.0
	79	1	1.7	1.7	96.7
	81	1	1.7	1.7	98.3
	85	1	1.7	1.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Grafik Histogram

Grafik Normalitas Junk Food



Grafik Normalitas Harga Diri



LAMPIRAN 7

SURAT KETERANGAN

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA
Program Studi Psikologi (S1), Program Studi Ilmu Komunikasi (S1), Program Magister Profesi Psikologi (S2), Program D III Bahasa Inggris

Nomor : 299/Dek/70/Akd/III/2010 01 Maret 2010
Lampiran : -
Hal : Permohonan Ijin Penelitian untuk Skripsi

Kepada Yth.

HEPI DESIANI W.

Bismillahirrahmanirrahiem
Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan ini kami memohon bantuan Bapak/Ibu untuk memberi ijin pada mahasiswa kami :

Nama : Yoanita Kresna
No. Mahasiswa : 03 320 039

Agar dapat melakukan penelitian di instansi yang Bapak/Ibu pimpin.
Kegiatan ini dilakukan oleh mahasiswa yang bersangkutan dalam rangka penyusunan skripsi sebagai syarat kelulusan study di fakultas kami.

Judul yang diajukan adalah:
"Hubungan Antara Perilaku Mengkonsumsi Junk Food dengan Harga Diri Remaja "

Demikian permohonan kami, atas perhatian dan bantuan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Mengetahui,
Dekan,

H.Fuad Nashori, S.Psi., M.Si.,Psikolog

Dosen Pembimbing,

Sonny Andrianto, S.Psi., M.Si

Kampus Universitas Islam Indonesia, Jl. Kaliurang Km. 14,5 Besi, Sleman, YOGYAKARTA 55584
Telp. 0274 - 898444, Ext. 2114/2113, Fax. 0274 - 898444, Ext. 2116; E-mail:fpisb@uii.ac.id

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA
Program Studi Psikologi (S1), Program Studi Ilmu Komunikasi (S1), Program Magister Profesi Psikologi (S2), Program D III Bahasa Inggris

Nomor : 299/Dek/70/Akd/III/2010
Lampiran : -
Hal : Permohonan Ijin Penelitian untuk Skripsi

01 Maret 2010

Kepada Yth.

YUU BAMBANG

Bismillahirrahmanirrahiem
Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan ini kami memohon bantuan Bapak/Ibu untuk memberi ijin pada mahasiswa kami :

Nama : Yoanita Kresna
No. Mahasiswa : 03 320 039

Agar dapat melakukan penelitian di instansi yang Bapak/Ibu pimpin.
Kegiatan ini dilakukan oleh mahasiswa yang bersangkutan dalam rangka penyusunan skripsi sebagai syarat kelulusan study di fakultas kami.

Judul yang diajukan adalah:
"Hubungan Antara Perilaku Mengkonsumsi Junk Food dengan Harga Diri Remaja "

Demikian permohonan kami, atas perhatian dan bantuan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Mengetahui,
Dekan,

H.Fuad Nashori, S.Psi., M.Si.,Psikolog

Dosen Pembimbing,

Sonny Andrianto, S.Psi., M.Si

Kampus Universitas Islam Indonesia, Jl. Kaliurang Km. 14,5 Besi, Sleman, YOGYAKARTA 55584
Telp. 0274 - 898444, Ext. 2114/2113. Fax. 0274 - 898444 Ext. 2116. E-mail:fpsi@uii.ac.id

SURAT KETERANGAN

Yang bertandatangan di bawah ini, saya :

Nama : Yoanita Kresna

No. Mahasiswa : 03 320 039

Fakultas : Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia

Menerangkan dengan sesungguhnya telah melakukan penelitian pada tanggal 19 Maret 2010 sampai dengan 24 Maret 2010 di rumah warga, dengan alamat Jl. Mawar No.160 Sambilegi Baru, Maguwoharjo, Depok, Sleman dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul :

"Hubungan Antara Perilaku Mengkonsumsi Junk Food dengan Harga Diri Remaja"

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, Maret 2010

Mengetahui,

Hepi Desiany

Yoanita Kresna

SURAT KETERANGAN

Yang bertandatangan di bawah ini, saya :

Nama : Yoanita Kresna

No. Mahasiswa : 03 320 039

Fakultas : Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia

Menerangkan dengan sesungguhnya telah melakukan penelitian pada tanggal 24 Maret 2010 sampai dengan 28 Maret 2010 di kos putri, dengan alamat Lodadi Agung no 48 Sleman, dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul :

"Hubungan Antara Perilaku Mengkonsumsi Junk Food dengan Harga Diri Remaja"

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, Maret 2010

Mengetahui,

Hj. Yuli Bambang

Yoanita Kresna